



# WIELKOPOLSKI PROJEKT BADAWCZY MAK: Muzealna Aktywizacja Kulturowa dla dzieci

*Określenie potencjału edukacyjnego instytucji upowszechniania kultury województwa wielkopolskiego  
w zakresie oferty dla dzieci i młodzieży  
(na przykładzie muzeów etnograficznych i regionalnych oraz skansenów)*

## **RAPORT Z REALIZACJI PROJEKTU**

*wraz z wnioskami, rekomendacjami  
oraz prezentacją najciekawszych działań  
edukacyjno-wystawienniczych  
muzeów wielkopolskich o profilu  
regionalnym, etnograficznym oraz skansenów*

Poznań 2010



Anna Weronika Brzezińska

Katarzyna Linda

Małgorzata Wosińska

## **RAPORT Z REALIZACJI PROJEKTU**

*wraz z wnioskami, rekomendacjami  
oraz prezentacją najciekawszych działań  
edukacyjno-wystawienniczych  
muzeów wielkopolskich o profilu  
regionalnym, etnograficznym oraz skansenów*

Narodowe Centrum Kultury posiada udzieloną bezterminowo i  
nieodpłatnie niewyłączną licencję na wykorzystywanie  
wyników badań zawartych w niniejszym raporcie

## **Zawartość raportu:**

0. Wprowadzenie: informacje o projekcie
1. Badania pilotażowe i wybór placówek do badań jakościowych
  2. Informacje podstawowe o muzeach
  3. Działalność muzeów - analiza
  4. Analiza informacji pisemnych
  5. Analiza stron internetowych muzeów
  6. Analiza przestrzeni wystawienniczej muzeów
  7. Lekcje muzealne
  8. Najmłodszy odbiorca a oferta muzealna
9. Prezentacja wybranych działań muzeów skierowanych do odbiorców najmłodszych
10. Wnioski i rekomendacje końcowe oraz wybrana literatura

## **Wprowadzenie: informacje o projekcie**

W roku 2010 na terenie województwa wielkopolskiego realizowany był projekt badawczy o nazwie *WIELKOPOLSKI PROJEKT BADAWCZY MAK: Muzealna Aktywizacja Kulturowa dla dzieci* w ramach realizowanego dla Narodowego Centrum Kultury zadania o nazwie: ***Określenie potencjału edukacyjnego instytucji upowszechniania kultury województwa wielkopolskiego w zakresie oferty dla dzieci i młodzieży (na przykładzie muzeów etnograficznych i regionalnych oraz skansenów)***. Zadaniem projektu było określenie potencjału oferty edukacyjnej przygotowanej przez wielkopolskie placówki muzealne z myślą o odbiorcach najmłodszych, w zakresie zarządzania kulturą tradycyjną i dziedzictwem kulturowym regionu. Celem projektu było rozpoznanie i określenie oferty kulturalnej skierowanej do dzieci i młodzieży w zakresie kultury regionu.

Badaniami jakościowymi objęto 24 muzea o profilu etnograficznym i regionalnym, znajdujące się na terenie Wielkopolski.

Projekt miał charakter etapowy: poczynając od rozpoznania oferty wybranych jednostek, poprzez przeprowadzenie szeregu ankiet i dokonania obserwacji uczestniczącej w środowisku nadawców – muzeów oraz odbiorców – placówek oświatowych, aż po opracowanie ekspertyz pozwalających na modyfikację oferty i dobór odpowiednich treści nauczania.

### **Wykonawcy projektu:**

dr Anna Weronika Brzezińska (etnolog, instruktor rękodzieła)  
mgr Katarzyna Linda (etnolog, etnolingwista)  
mgr Małgorzata Wosińska (etnolog, etnomuzykolog)

### **Wnioskodawca:**

Laboratorium Inicjatyw Międzykulturowych KEJ:  
Kultura – Edukacja – Języki

### **Grantodawca:**

Projekt został realizowany ze środków Narodowego Centrum Kultury w ramach programu "Obserwatorium kultury 2010".

### **Partnerzy projektu:**

Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
Centrum Sztuki Dziecka w Poznaniu

**Kontakt:** projekt.badawczy.MAK@gmail.com

## 01. Badania pilotażowe i wybór placówek do badań jakościowych

### Wprowadzenie:

Pierwszym etapem Określenie potencjału edukacyjnego instytucji upowszechniania kultury województwa wielkopolskiego w zakresie oferty dla dzieci i młodzieży (na przykładzie muzeów etnograficznych i regionalnych oraz skansenów), zwanego dalej w skrócie bardziej „medialną” nazwą: **Projektu MAK: Muzealna Aktywizacja Kulturalna dla Dzieci i Młodzieży**, była inicjacja kontaktu z placówkami muzealnymi o profilu określonym w nazwie zadania z terenu Wielkopolski. Do badań wybrano ponad 40 placówek muzealnych. Natomiast w dalszym etapie badań, w którym przeprowadzono badania jakościowe, znalazły się 24 muzea – takie, które odpowiedziały na kontakt mailowy – rozesłaną na adresy mailowe znalezione na stronach internetowych instytucji informację o projekcie z prośbą o odpowiedzenie na kilka pytań ułożonych w formie krótkiej ankiety (ankieta pilotażowa).

### Narzędzie badawcze

Podstawowym narzędziem badawczym służącym do nawiązania pierwszego kontaktu z muzeum była ankieta dotycząca działalności muzeum oraz ogólnych informacji na jego temat, ze szczególnym uwzględnieniem działań związanych z najmłodszym odbiorcą – dzieckiem. Interesowały nas m.in. lekcje muzealne, warsztaty oraz inne formy prezentacji treści w sposób odpowiedni dla najmłodszego odbiorcy. Ważną informacją był status muzeum oraz źródłami finansowania placówek, gdyż te właśnie informacje mogą bezpośrednio wpływać na potencjał programu wystawienniczego oraz edukacyjnego danej muzealnej.

### Realizacja pierwszego etapu projektu

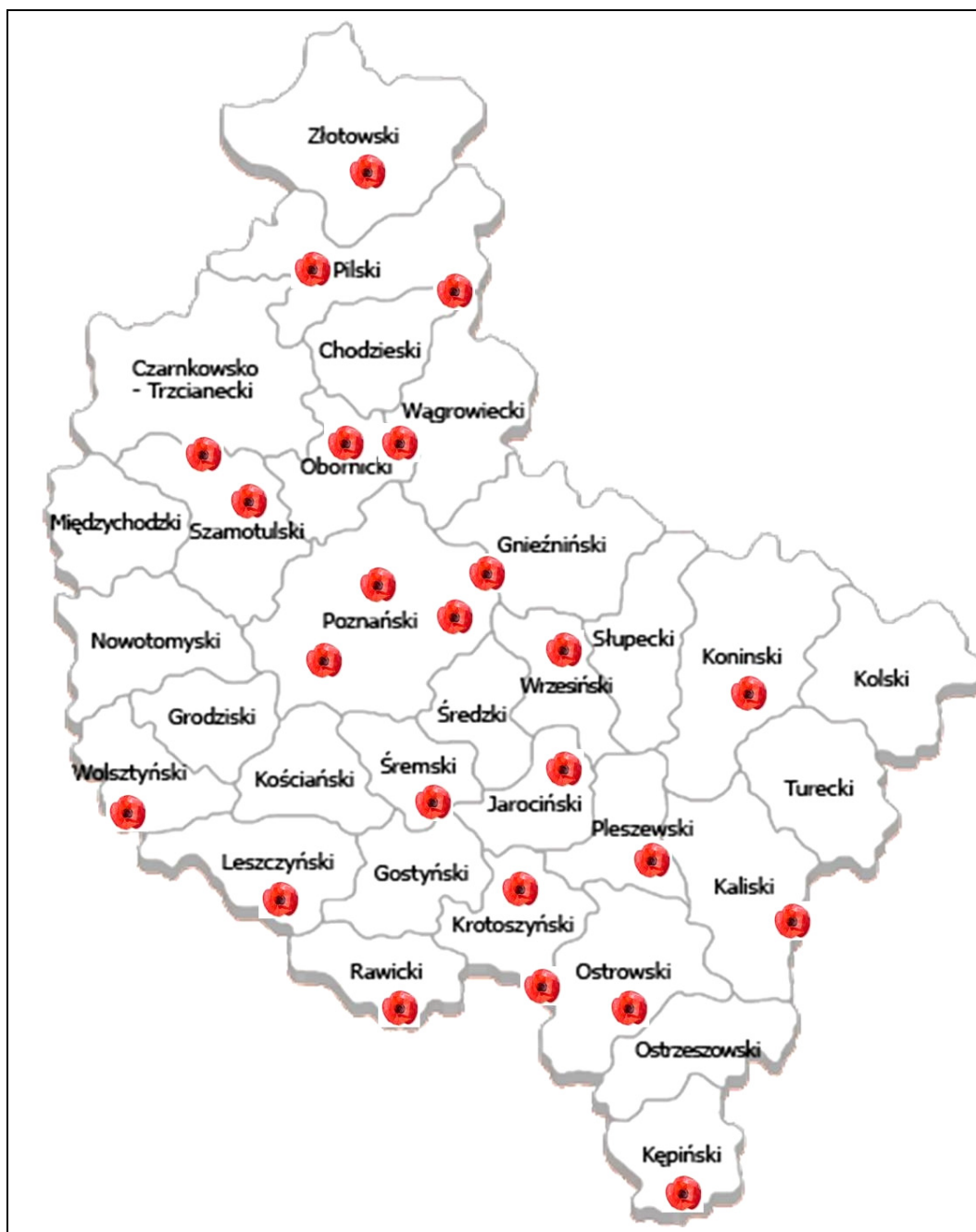
Pierwszym krokiem w realizacji projektu był wybór placówek muzealnych, oparty przede wszystkim na kryterium geograficznym (przynależność do regionu wielkopolskiego), zróżnicowanym statusie placówek (muzea narodowe, regionalne, izby pamięci) oraz profilu (wybrane zostały wyłącznie muzea przekazujące wiedzę o kulturze i tradycji, zgodnie z profilem określonym w nazwie zadania).


Kolejnym krokiem była próba znalezienia informacji dotyczącej możliwości kontaktu z muzeami za pośrednictwem Internetu. Już wówczas okazało się, iż wiele z wybranych wcześniej placówek nie posiada aktualnej/funkcjonującej strony internetowej. W konsekwencji wybranych zostało 39 muzeów, do których udało się pozyskać kontakt mailowy i / lub telefoniczny.

Następnie na podane adresy internetowe wysłane zostały ankiety, dotyczące działalności, profilu oraz ogólnych informacji odnośnie muzeum. W przypadku 16 muzeów mimo próby kontaktu zarówno mailowego jak i telefonicznego (co najmniej trzykrotnie – nie wszystkie muzea jak się okazało mają podane aktualne telefony lub odbierają je) pomimo nawiązania kontaktu internetowego, nie otrzymano żadnej informacji zwrotnej. Założono przy tym, że brak informacji/kontaktu internetowego we współczesnym świecie eliminuje placówkę z projektu badającego relacje pomiędzy muzeum a najmłodszym odbiorcą.

Z kilkoma muzeami, z którymi kontakt drogą elektroniczną okazał się utrudniony, a których udział w projekcie został uznany za szczególnie ważny ze względu na ich ciekawy profil (na przykład Muzeum Etnograficzne w Poznaniu) skontaktowano się dodatkowo drogą telefoniczną. Dzięki temu w projekt włączone zostały takie placówki, jak Muzeum Regionalne w Pleszewie, Muzeum Regionalne Ziemi Sulmierzyckiej oraz Muzeum – Zamek Górków w Szamotułach. Okazało się, że placówki te, pomimo nieefektywnych prób kontaktu via e-mail, prowadzą bardzo interesującą działalność, która została wysoko oceniona w projekcie. Należy w tym miejscu jednak zaznaczyć, iż z punktu widzenia potencjalnego zwiedzającego-turysty, rodzica z dzieckiem lub nauczyciela chcącego zaproponować swoim uczniom zajęcia w ramach na przykład lekcji muzealnych, brak kontaktu internetowego może oznaczać niepoznanie możliwości i oferty muzealnej oraz brak możliwości z niej skorzystania i w efekcie zaś skazywać placówkę na niską frekwencję. Dotyczy to nie tylko turystów indywidualnych, ale i zorganizowanych wycieczek szkolnych.

Wobec powyższych w kolejnym etapie realizacji projektu, którym były badania jakościowe, znalazły się 24 placówki o różnych statusach.



Szczegółowe badania jakościowe w zakresie oferty edukacyjnej oraz wystawienniczej dla dzieci i młodzieży przeprowadzone zostały w następujących placówkach muzealnych (na mapie oznaczonych  ):

*Muzeum Okręgowe w Koninie; Muzeum Miasta Ostrowa Wielkopolskiego; Muzeum Regionalne im. H. Ławniczaka w Krotoszynie; Muzeum Historii Przemysłu w Opatówku; Muzeum Regionalne im. Dzieci Wrzesińskich; Muzeum Śremskie w Śremsie; Muzeum Regionalne w Pleszewie; Muzeum Ziemi Kępińskiej im. T.P. Potworowskiego; Muzeum*

*Regionalne Ziemi Sulmierzyckiej; Muzeum Regionalne w Jarocinie; Muzeum Kultury Ludowej w Osieku nad Notecią; Muzeum Regionalne im. Wojciechy Dutkiewicz w Rogoźnie; Muzeum- Zamek Górków w Szamotułach; Muzeum Regionalne we Wronkach; Muzeum Młynarstwa i Wodnych Urządzeń Przemysłu Wiejskiego w Jaraczu; Muzeum Okręgowe w Lesznie; Muzeum Okręgowe im. Stanisława Staszica w Pile; Muzeum Ziemi Rawickiej w Rawiczu; Skansen i Muzeum Pszczelarstwa im. prof. Ryszarda Kosteckiego; Muzeum Ziemi Złotowskiej; Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie; Wielkopolski Park Etnograficzny w Dziekanowicach (Oddz. MPPP); Muzeum Etnograficzne w Poznaniu (Oddz. MNP); Muzeum Regionalne w Wolsztynie*

### **Wnioski:**

- Na podstawie dokonanej próby badawczej, którą stanowiło ponad 40 placówek, okazało się, że z połową z nich niemożliwe okazało się skuteczne skontaktowanie via e-mail. Z uwagi na współczesny charakter prowadzenia korespondencji oraz pozyskiwania informacji, sytuację tą należy uznać za wysoce niepokojącą. Chociaż niektóre muzea posiadają bardzo bogatą ofertę wystawienniczą i edukacyjną, potencjalny zwiedzający ma utrudniony dostęp do informacji odnośnie działalności muzealniczej.
- Brak możliwości skutecznego kontaktu drogą mailową oraz / lub telefoniczną może przyczynić się do zmniejszenia zainteresowania tymi muzeami i w konsekwencji niską frekwencją zwiedzających / uczestniczących w innych działaniach muzeum. Być może wynika to z niedostatecznej świadomości pracowników niektórych placówek muzealnych o medialnej sile Internetu.

## 02. Informacje podstawowe o muzeach

### Wprowadzenie:

Podstawą funkcjonowania nowoczesnej instytucji kultury jest dostęp do informacji na jej temat. Zapoznanie się z historią założenia i funkcjonowania muzeum, jej podstawowymi zadaniami oraz proponowaną ofertą pozwala na wcześniejsze przygotowanie się zwiedzającego i / lub zainteresowanego ofertą edukacyjną do kontaktu z placówką. Do podstawowych informacji o placówce muzealnej należą: dane kontaktowe (adres, telefon, fax, adres poczty elektronicznej oraz adres strony internetowej), dni i godziny w jakich muzeum jest dostępne dla zwiedzających oraz ceny biletów. Podstawową informacją mającą wpływ na profil placówki muzealnej jest rok założenia muzeum (co ma bezpośredni związek z zarządzaniem lokalną kulturą oraz kształtowaniem świadomości mieszkańców co do wartości lokalnego dziedzictwa kulturowego), istotny jest także organizator muzeum (w tym pozyskiwanie funduszy na działalność) oraz liczba zatrudnionych pracowników merytorycznych.

Podstawą do zebrania podstawowych informacji dotyczących działalności muzeum była ankieta rozsyłana do wszystkich placówek muzealnych z terenu województwa wielkopolskiego o profilu określonym w tytule projektu. Ankieta zawierała pytania dotyczące: danych teleadresowych, roku założenia muzeum, liczby pracowników ogółem i merytorycznych, sposobu organizacji sposobu pozyskiwania funduszy na działalność, liczby zwiedzających rocznie (na podstawie danych za rok 2009), tytułów wystaw i ekspozycji stałych i czasowych oraz rodzaju oferty edukacyjnej.

Ankieta była rozsyłana na podane na stronach internetowych adresy poczty elektronicznej, co jednocześnie było podstawą do wyboru placówek muzealnych do dalszych etapów badań<sup>1</sup>. W niniejszym raporcie uwzględniono wybrane informacje dotyczące muzeów, które poddano analizie ilościowej i jakościowej: rok założenia muzeum, sposób organizacji muzeum i źródła finansowania, liczba pracowników merytorycznych, funkcjonowanie strony internetowej.

---

<sup>1</sup> W kolejnych etapach badawczych brały udział tylko te placówki muzealne, które odesłały wypełnione ankiety i tym samym wyraziły chęć dalszej współpracy.

## **Analiza materiału:**

Placówki muzealne będące przedmiotem badań podzielić można na trzy kategorie, z których każda niesie za sobą odmienny sposób organizacji i ma bezpośrednie przełożenie na rodzaj i zakres prowadzonej działalności:

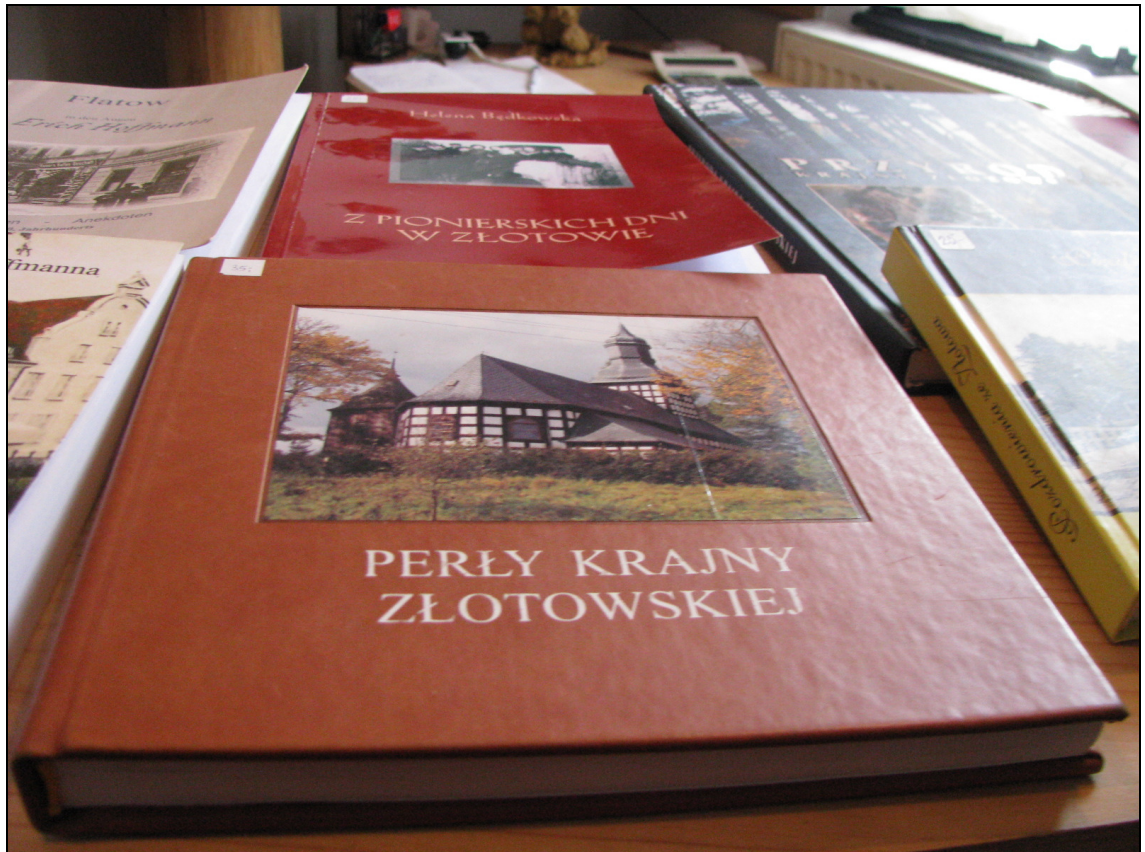
- muzea narodowe, których zakres działalności i profil gromadzonych zbiorów ma szczególne znaczenia dla całego kraju (Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie, Muzeum Etnograficzne w Poznaniu Oddział Muzeum Narodowego)
- muzea okręgowe, które mają zasięg ponadregionalny, często pełnią rolę opiekuńczą wobec placówek regionalnych (Muzea Okręgowe w Koninie, Lesznie, Pile)
- muzea regionalne o zasięgu lokalnym, prezentujące dorobek kulturowy danego regionu lub / i miasta (m. in. Muzeum Miasta Ostrowa Wielkopolskiego, Muzeum Śremskie, Muzeum Ziemi Sulmierzyckiej).

Status muzeum jest nierozzerwalnie związany z organizatorem, którym dla analizowanych muzeów jest odpowiednio Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (między innymi Muzeum Etnograficzne w Poznaniu Oddział Muzeum Narodowego), marszałek Województwa Wielkopolskiego (między innymi Muzea Okręgowe w Koninie, Lesznie, Pile, Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie, Wielkopolski Park Etnograficzny w Dziekanowicach Oddział Muzeum Początków Państwa Polskiego). Organizatorem pozostałych placówek są lokalne samorządy (na szczeblu powiatowym i / lub gminnym).



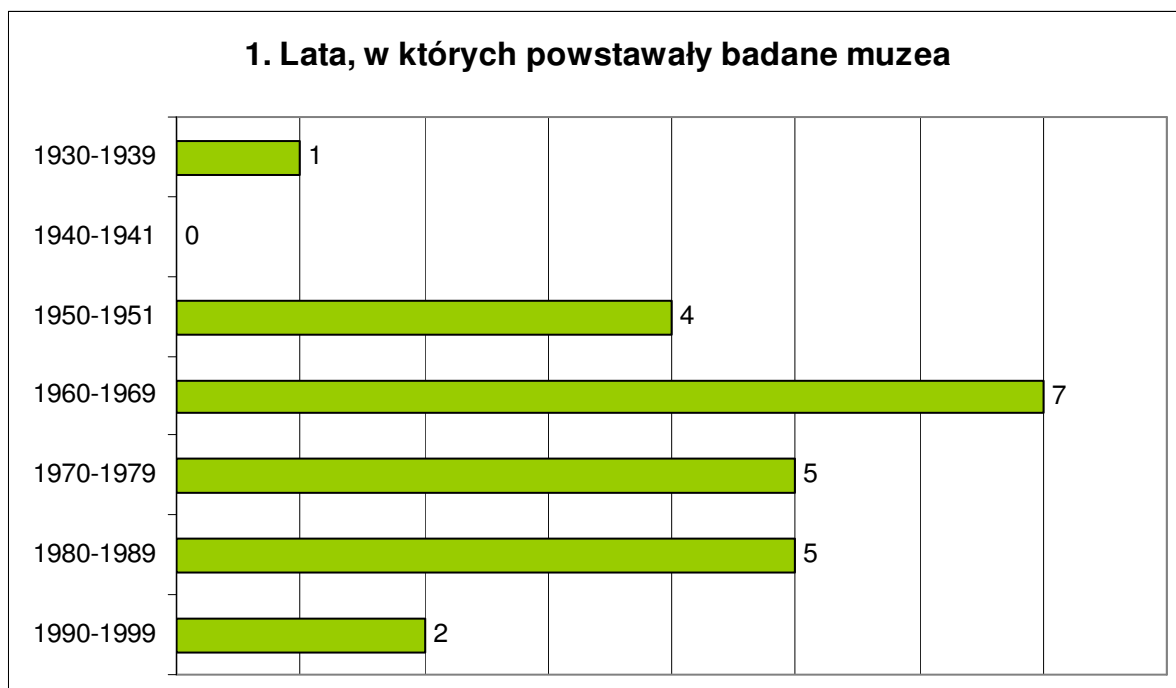
**Dzięki pozyskaniu prywatnego sponsora, Muzeum Okręgowe w Lesznie stać na promowanie swoich działań edukacyjno-wystawienniczych także poprzez dobrze widoczne billboardy rozlokowane w centrum miasta. Fot. Archiwum.**

Podstawowym źródłem utrzymywania się badanych placówek muzealnych jest dotacja przyznawana przez organizatora na podstawie sporządzonego planu rocznego budżetu. Sporadycznie muzea same pozyskują środki na konkretne działania (np. restauracja zabytkowego wiatraka przez Muzeum Ziemi Sulmierzyckiej). Sporadycznie udaje się także pozyskać sponsorów (na przykład sponsora udało się pozyskać Muzeum Okręgowemu w Lesznie, natomiast wydawanie i sprzedaż publikacji stanowią dodatkowe źródło na działania w Muzeum Ziemi Złotowskiej – por. zdjęcia). Zazwyczaj są to lokalni przedsiębiorcy współfinansujący m. in. zakup i restaurację eksponatów, zakup materiałów potrzebnych na działalność edukacyjną, sponsoring nagród w konkursach dla dzieci i młodzieży.



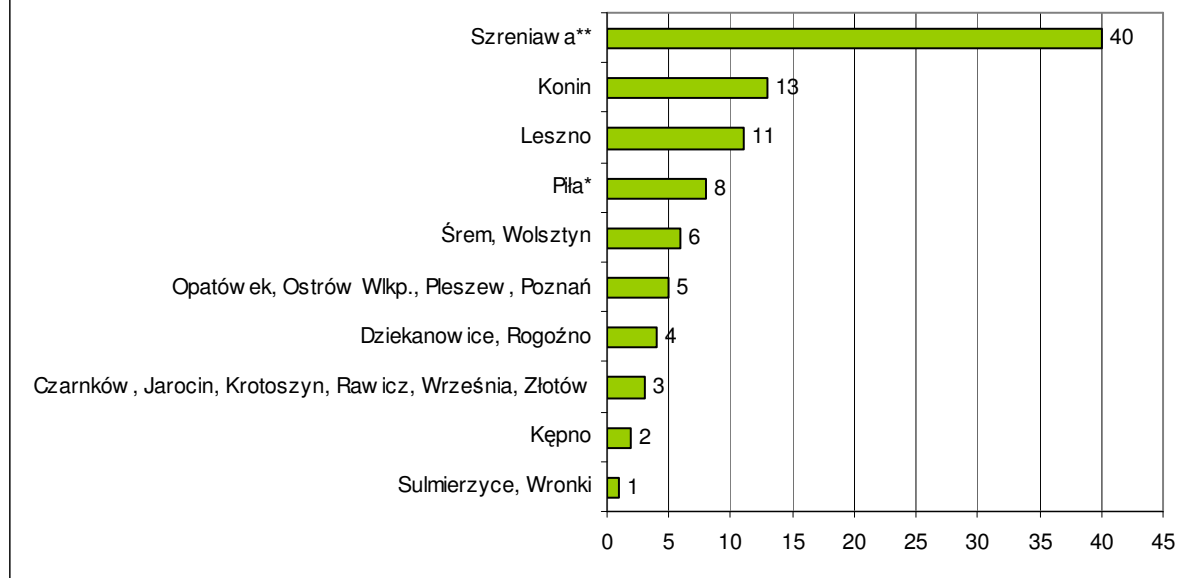
**Małe muzea radzą sobie w różny sposób z pozyskiwaniem funduszy na działalność. Przykładowo, Muzeum Ziemi Żłotowskiej wydaje albumy oraz inne publikacje, z których dochód przeznaczony jest na działalność muzealną.**

Najstarszym muzeum, które było przedmiotem badań, jest Muzeum Ziemi Kępińskiej im. T. P. Potworowskiego założone w roku 1938. Jednocześnie była to jedyna badana placówka muzealna, która powołana została do życia przed II wojną światową. Najwięcej muzeów powstało w latach 60. XX wieku oraz kolejno w latach 70. i 80. XX wieku. Najmłodszymi placówkami są otwarte w roku 1990 Muzeum Regionalne Im. Wojciecha Dutkiewicza w Rogoźnie i w 1993 Muzeum Regionalne we Wronkach, co ma związek z budowaniem się lokalnych samorządów po transformacji ustrojowej w Polsce i potrzebą funkcjonowania instytucji upowszechniania kultury, które stanowiłyby element kreowania lokalnej polityki regionalnej (por. schemat 1).



Podstawą organizacji struktury muzeum mającą bezpośredni wpływ na jej funkcjonowanie i upowszechnianie treści kultury jest zatrudnianie pracowników merytorycznych. W zależności od profilu muzeum i zakresu obowiązków są to osoby z wykształceniem wyższym (dominujące kierunki to: historia, historia sztuki, kulturoznawstwo, etnologia, polonistyka, pedagogika). Do zadań pracownika merytorycznego należy naukowe opracowywanie zbiorów i opieka nad nimi, a także prowadzenie działalności upowszechniającej zgodnie z profilem działu i / lub muzeum.

## 2. Liczba pracowników merytorycznych

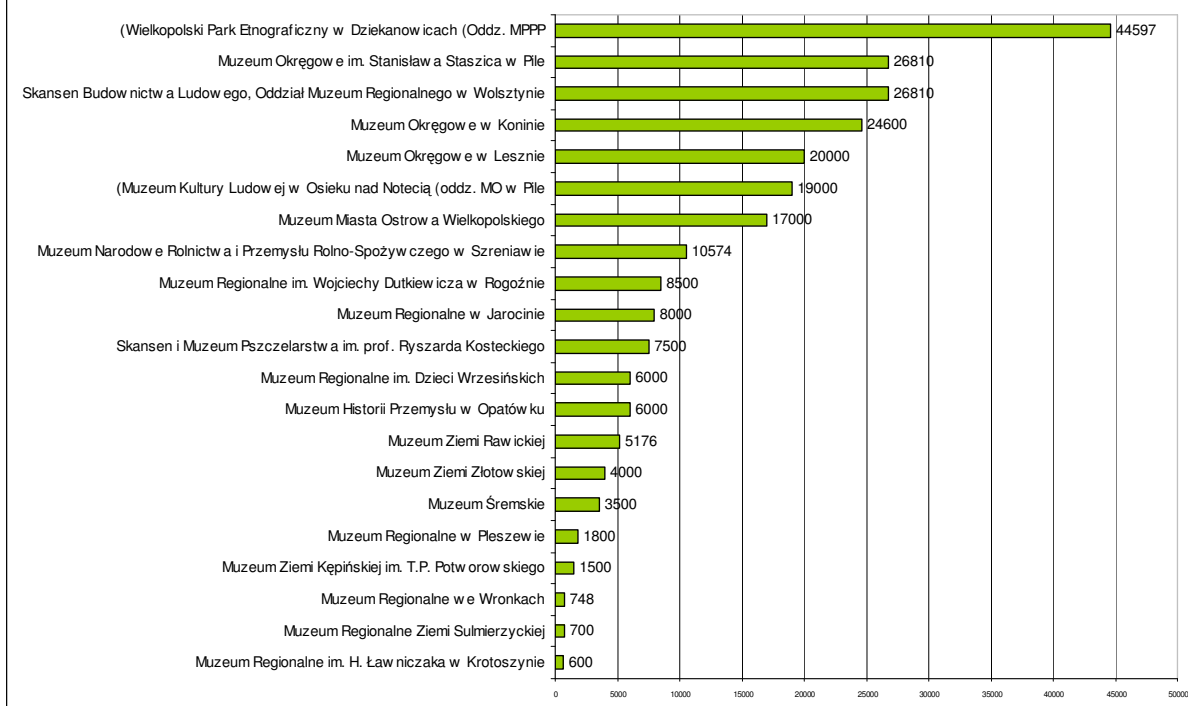


\*w tym Oddział w Osieku n. Notecią

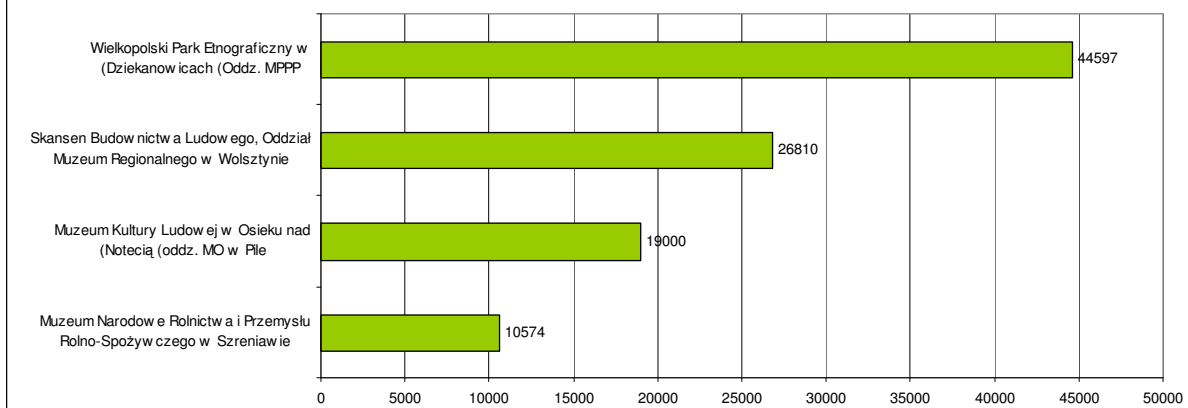
\*\*w tym Oddziały w Jaraczu, Nowym Tomysłu, Uzarzewie, Sielinku, Swarzędzu

Istotnym elementem ewaluacji prowadzonych działań, a często i stanowiącym istotny czynnik, od którego zależy wysokość przyznawanej dotacji jest frekwencja. Schematy 3-5 przedstawiają dane dotyczące frekwencji za rok 2009 na podstawie informacji uzyskanych od badanych muzeów. Frekwencja jest zależna od wielkości i rodzaju muzeum, ale także od aktualnej oferty m. in. wystaw czasowych, które, jak wynika z informacji od pracowników muzeum są czynnikiem znacząco podnoszącym frekwencję. Przykładem może być wystawa czasowa zorganizowana przez Muzeum Miasta Ostrowa Wielkopolskiego *Chińska Armia Terakotowa cesarza Qin* zorganizowana w roku 2009.

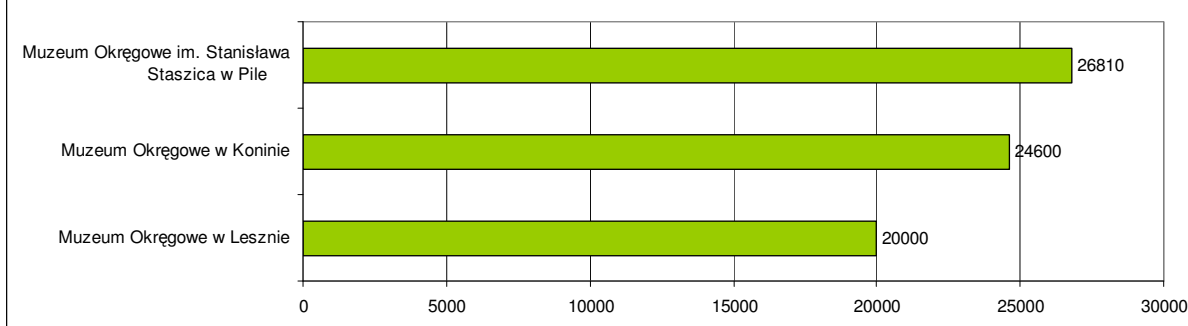
### 3. Frekwencja we wszystkich badanych muzeach

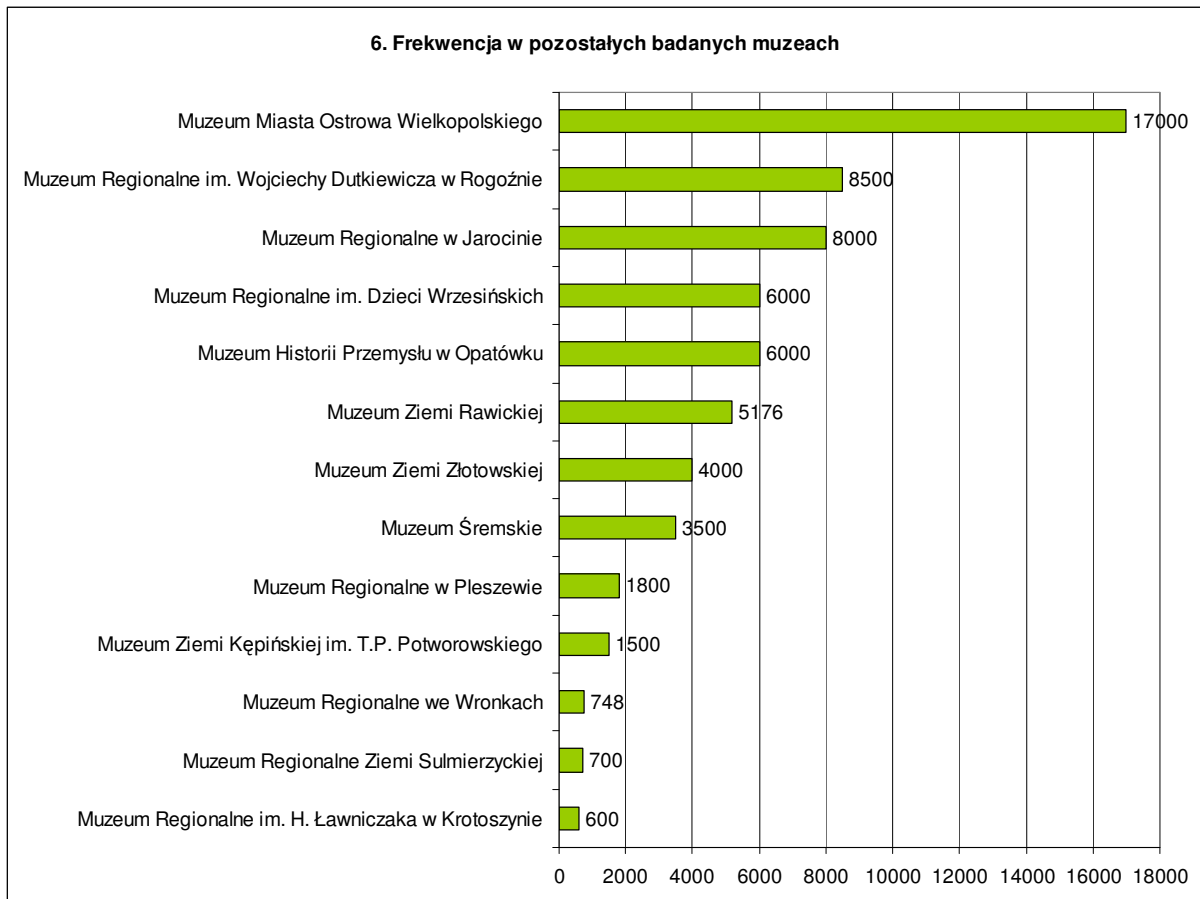


### 4. Frekwencja w badanych muzeach typu skansenowskiego



### 5. Frekwencja w badanych muzeach okręgowych





### Podsumowanie / wnioski:

- Utrudnieniem w kontakcie z dużą liczbą muzeów są komplikacje w nawiązaniu efektywnego kontaktu za pośrednictwem adresu poczty elektronicznej. Przyczyny podawane przez pracowników są różne: na stronie brakuje aktualnego adresu, nie ma osoby odpowiedzialnej za odbieranie poczty elektronicznej, nie odbiera się poczty elektronicznej w ogóle z uwagi na dużą ilość spamu.
- W muzeach, dla których organizatorem jest marszałek Województwa Wielkopolskiego liczba pracowników merytorycznych jest adekwatna do zakresu obowiązków oraz posiadanych kompetencji zawodowych. W muzeach, dla których organizatorem jest minister kultury oraz samorząd lokalny (muzea regionalne) liczba pracowników jest zbyt mała w stosunku do zakresu obowiązków. Zwłaszcza w muzeach regionalnych zakres obowiązków faktycznie wykonywanych jest dużo większy niż wynikałoby to z przypisania pracownika do danego działu (patrz raport: *Lekcje muzealne*).

- Z uwagi na lata, w jakich placówki powstawały ich profil od czasu założenia nie uległ zmianie i / lub modernizacji. Dotyczy to zwłaszcza placówek o zasięgu regionalnym, których budżety nie są wysokie. W placówkach tych konieczne są remonty, dostosowanie do współczesnych wymogów stawianym instytucjom upowszechniania kultury (dostęp dla niepełnosprawnych). Brakuje także środków finansowych na działalność edukacyjną, która cieszy się coraz większym zainteresowaniem oraz na sprowadzanie atrakcyjnych wystaw czasowych (koszty ubezpieczenia, transportu)
- Największa frekwencja jest w muzeach okręgowych, a także w muzeach typu skansenowskiego z uwagi na charakter ekspozycji oraz na możliwość sprowadzania wystaw czasowych (i podnoszenia z tym wydatków finansowych). W muzeach regionalnych frekwencja zależy od aktualnej oferty, w tym także edukacyjnej.

### **Rekomendacje dla muzeów**

- Podawanie aktualnych adresów poczty elektronicznej oraz odbieranie maili przychodzących do muzeum – stanowi to podstawę kontaktu z nowoczesnym odbiorcą oferty muzealnej, który pragnie zdobyć więcej informacji.
- Wyznaczenie osoby odpowiedzialnej za odbieranie poczty elektronicznej i odpowiadanie na nadesłane listy. Innym rozwiązaniem jest rezygnacja z adresu ogólnego dla muzeum, wtedy należy podać adresy do poszczególnych pracowników z adnotacją, kto jest kompetentny w jakiej sprawie, by odpowiedzieć na nadesłane listy.
- Pozyskiwanie zewnętrznych źródeł dofinansowania (na konkretne przedsięwzięcia) poprzez zakładanie stowarzyszeń i / lub współpracę z już istniejącymi podmiotami trzeciego sektora.

### 03. Działalność muzeów - analiza

#### **Wprowadzenie:**

Do podstawowych zadań placówki muzealnej (niezależnie od zasięgu i profilu) jest gromadzenie zbiorów, katalogowanie i naukowe ich opracowywanie, prowadzenie badań archiwalnych i terenowych zgodnie z profilem placówki oraz organizowanie wydarzeń i działań mających na celu upowszechnianie wiedzy nt. działalności muzeum. Sposoby upowszechniania wiedzy związane są z organizacją:

- Wystawy stałe – zgodnie z profilem danego muzeum, na którym prezentowane są najcenniejsze, najbardziej wartościowe pod względem merytorycznym obiekty.
- Wystawy czasowe – organizowane przez dane muzeum wystawy tematyczne prezentujące dane zagadnienie. Pomysłodawcą i organizatorem są pracownicy muzeum (ze zbiorów własnych uzupełnianych wypożyczeniami). Wystawy mogą być także wypożyczane z innych muzeów.
- Działalność edukacyjna – skierowana do dzieci i młodzieży oraz dorosłych. Jest częścią stałej oferty (np. tematyczne lekcje muzealne) lub towarzyszy wystawom czasowym. Poza lekcjami muzealnymi (adresowanymi do dzieci i młodzieży) organizowane są warsztaty, pokazy, odczyty i prelekcje (adresowane głównie do starszej młodzieży oraz osób dorosłych).

Podstawą sporządzenia raportu są informacje uzyskane od pracowników muzeów drogą ankiety rozesłanej za pośrednictwem poczty elektronicznej. Dane dotyczące wystaw czasowych pochodzą z roku 2009 oraz pierwszej połowy roku 2010.

#### **Analiza materiału:**

Z badanych placówek muzealnych 3 z nich nie posiadają w swojej ofercie wystawy stałej (Muzeum Etnograficzne w Poznaniu, Muzeum Regionalne w Pleszewie, Muzeum Ziemi Kępińskiej im. T.P. Potworowskiego). Rodzaj i liczba wystaw stałych zależy od wielkości muzeum oraz od jego profilu, także tematyka jest zależna od profilu muzeum i sposobu jego organizacji (podziału na

odpowiednie działy merytoryczne). Przy organizacji wystaw czasowych zwłaszcza muzea regionalne współpracują z lokalnymi instytucjami kultury (domy kultury, biblioteki) oraz szkołami.

Poniżej znajduje się przykładowy zestaw tematów wystaw stałych i czasowych w zależności od profilu muzeum:

Muzeum narodowe np.: Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie

Wystawy stałe	Wystawy czasowe 2009
Portret trumienny Galeria portretu szlacheckiego i mieszczańskiego Galeria malarstwa polskiego o tematyce wiejskiej Dzieje Leszna Kultura ludowa południowo-zachodniej Wielkopolski Żydzi w Wielkopolsce	Wystawa pokonkursowa Wojewódzkiego Konkursu Plastyczno-fotograficznego <i>Pejzaż wielkopolski</i> Grafika i rzeźba o tematyce muzycznej wystawa pokonkursowa Piastowie. Lalki w strojach historycznych Jan Amos Komeński a Polska Rok 1939 w południowo-zachodniej Wielkopolsce Piękno do mnie przyszło. Malarstwo Wojciecha Weissa Indonezja. Mozaika tradycji i kultur Kompozytor Roman Maciejewski – w stulecie urodzin Wojna polsko-bolszewicka a Leszno Wystawa pokonkursowa Wojewódzkiego Konkursu Plastyczno-fotograficznego <i>Pejzaż Wielkopolski – EKO</i>

Muzeum okręgowe np.: Muzeum Okręgowe w Lesznie

Wystawy stałe	Wystawy czasowe 2009 / 2010
Dzieje rolnictwa od VIII do XVIII w. Rzemiosło Przetwórstwo i przemysł rolno-spożywczy Pszczelarstwo Agrolotnictwo Ogrodnictwo Postęp techniczny w rolnictwie XIX i XX w.	Chrystus w gałęziach drzew Żywy pomnik jedności narodowej... Dział rolniczy na Powszechnej Wystawie Krajowej Tatarzy - historia i kultura Wesele Łowickie-bogactwo barw Z działalności Państwowych Gospodarstw Rolnych Zboże państwu! Rolnictwo i wieś w plakacie propagandowym Europy Środkowo-Wschodniej

Hodowla roślin Żywnienie zwierząt Lecznictwo i weterynaria Chów i hodowla zwierząt gospodarskich Technika zbioru, omłotu, czyszczenia, suszenia, sortowania i przechowywania ziemiopłodów Tradycyjny transport wiejski"	z lat 1950 Białorusini - historia i kultura Leluje i bursztyny czyli sztuka kurpiowska
--	--

Muzeum miejskie np.: Muzeum Miasta Ostrowa Wielkopolskiego

<b>Wystawy stałe</b>	<b>Wystawy czasowe 2009</b>
Ostrów do 1939, wypisy z dziejów miasta Skarbczyk W kuchni babuni	XIII Międzynarodowe Biennale Małej Formy Graficznej i Ekslibrisu Prof. Andrzej Niekrasz - rysunek. 50 lat pracy twórczej Jiri Brazda - grafika Chińska Armia Terakotowa cesarza Quin Wehikuł czasu na ostrowskim rynku Laureaci XI Międzynarodowego Biennale Małej Formy Graficznej i Ekslibrisu Z dziejów ostrowskiego rzemiosła Grafika bułgarska Region w którym mieszkam 100-lecie Klubu Sportowego Ostrowia Droga do 4 czerwca. Solidarność w Wielkopolsce Południowej Świat Gwiazdnych Wojen Fotografia dzikiej przyrody. Wildlife Photographer of Year

Muzeum regionalne np.: Muzeum Regionalne im. Dzieci Wrzesińskich

<b>Wystawy stałe</b>	<b>Wystawy czasowe 2009</b>
Września i powiat wrzesiński w pradziejach i wczesnym średniowieczu Września w XIX i XX w. Izba szkolna Salonik mieszczański XIX w. Salonik mieszczański początek XX w.	Ziemia Wrzesińska w Powstaniu Wielkopolskim Ireneusz Zjeżdźka. Fotografie. Prace w kolorze Swastyka nad miastem Miejsca we Wrześni, które chciałbym zmienić Bogdan Konopka. Subiektyw. Fotografier

Muzeum typu skansenowskiego np.: Wielkopolski Park Etnograficzny w Dziekanowicach (Oddz. MPPP)

Wystawy stałe	Wystawy czasowe 2009 / 2010
Rekonstrukcja wsi wielkopolskie	Świątki, grajkowie, demony Opowieści świętych figurek. Odśłona druga 35 lat Wielkopolskiego Parku Etnograficznego

W muzeach regionalnych wystawy podzielone są na działy tematyczne, często nie posiadając odrębnego tytułu. Wystawy określane są mianem: historycznej, etnograficznej, przyrodniczej, sztuki. Prezentowane na nich są eksponaty (przedmioty, dokumenty, fotografie) mające związek z historią miasta i / lub regionu, często są to kolekcje przekazywane przez mieszkańców w darze dla muzeum.

We wszystkich muzeach istnieje możliwość skorzystania z usługi przewodnickiej, w tym w 10 muzeach jest ona płatna dodatkowo. W 10 muzeach jest możliwość skorzystania z usługi przewodnickiej w języku obcym, w tym 10 w j. angielskim, 6 w j. niemieckim, 2 w j. francuskim i 1 w j. rosyjskim. Sporadycznie zjawiają się zwiedzający chcący usługi przewodnickiej w języku obcym. Jeśli są to grupy zorganizowane to mają swojego tłumacza.

#### **Podsumowanie / wnioski:**

- Wystawy stałe są tematycznie przekrojowe w stosunku do posiadanych zbiorów.
- Wystawy czasowe / tematyczne organizowane są ze zbiorów własnych, wystawom towarzyszą katalogi i / lub okazjonalnie wydawane ulotki.
- Na wystawach czasowych w muzeach regionalnych często prezentowane są prace autorstwa lokalnych artystów bądź osób w jakiś sposób związanych z miastem i / lub regionem (m. in. Ostrów Wielkopolski, Pleszew, Śrem).
- Nie ma wystawy stałej, która byłaby w całości skierowana do widza najmłodszego, jednak kilka z wystaw stałych prezentowanych muzeach

regionalnych i okręgowych cieszy się szczególnym zainteresowaniem dzieci i młodzieży z uwagi na ciekawe / rzadko spotykane eksponaty np. *W kuchni Babuni* w Muzeum Miasta Ostrowa Wielkopolskiego.

- Nie ma wystaw czasowych organizowanych tylko i wyłącznie do widza najmłodszego, jedynie tematyka wybranych ekspozycji może być czytelna i atrakcyjna dla dzieci np. *Zaczarowany świat lalek - kolekcja Aliny Wierzbickiej zorganizowana* przez Muzeum Regionalne im. Wojciecha Dutkiewicza w Rogoźnie.
- Oferta z zakresu edukacji muzealnej kierowana jest głównie do odbiorcy zorganizowanego i głównie do dzieci i młodzieży (lekcje muzealne, organizowanie warsztatów).

### **Rekomendacje dla muzeów**

- Otwarcie się na środowisko lokalne głównie muzeów okręgowych w zakresie organizowania wystaw tematycznych.
- Opracowanie oferty edukacyjnej uwzględniającej także potrzeby odbiorcy niezorganizowanego (nie tylko szkoły, ale także rodziny z dziećmi).
- Wygospodarowanie wśród wystaw stałych fragmentu zaaranżowanego z myślą o widzu najmłodszym, z uwzględnieniem jego możliwości percepcyjnych i interpretacyjnych.

## 04. Analiza informacji pisemnych

Informacja pisemna to jeden z najprostszych sposobów przekazywania komunikatów. W przypadku placówek muzealnych jest to forma szczególnie ważna, gdyż stanowić może najskuteczniejszą i najłatwiejszą w aplikacji metodę promocji i pozyskiwania nowych zwiedzających. Wiele mniejszych muzeów takich jak muzea regionalne, czy izby pamięci nie posiada stron internetowych, bądź nie przykładają wagi do ich aktualizacji. Tym samym przygotowanie i wydruk folderu, a następnie umieszczenie go w przestrzeni dostępnej dla zwiedzającego, wydaje się być dobrą i stosunkowo niedrogą strategią marketingową.

Trzeba jednak pamiętać, że podstawowym celem placówki powinno być zachęcenie zwiedzającego do podzielenia się informacją na temat muzeum, lub samym folderem ze swoim otoczeniem. Dlatego informacja pisemna winna się charakteryzować kilkoma wytycznymi:

- **spójnością z profilem muzeum** (tzn. informator prezentuje tylko te informacje, które bezpośrednio wiążą się z podjętą działalnością, a jeśli placówka posiada dodatkowo swoje rozpoznanie graficzne: logo, czcionkę, kolorystykę – te elementy także są wykorzystane w informacji pisemnej);
- **czytelnością i precyzją** (tzn. informator stanowi logiczną całość, a podane informacje są krótkie i treściwe);
- **przydatnością** (tzn. informator zawiera informacje ważne dla zwiedzającego, co oznacza podanie prócz programu i opisu wystaw także: godzin otwarcia, cen biletów, mapki dojazdu. Mniej istotna jest na przykład historia powstania muzeum);
- **atrakcyjnością** (tzn. informator w miarę możliwości finansowych powinien być kolorowy drukowany na „twardym” papierze. Nie musi być jednak długi, wystarczą na przykład 2 strony. Liczy się pomysłowość);
- **dostępnością** (tzn. informator w miarę możliwości placówki powinien być bezpłatny lub w cenie symbolicznej, a miejsce gdzie można go otrzymać: przy wejściu / wyjściu / recepcji – dobrze oznaczone. Ważna jest także droga dystrybucji poza teren placówki do m.in.: szkół, domów kultury. Najłatwiejszym sposobem jest przesyłanie informatorów pocztą).

Powyższa charakterystyka jest sytuacją idealną. W trakcie badań terenowych projektowych okazało się, że z przebadanych placówek tylko 15 posiadało informator. Choć forma informatorów była dowolna i odbiegała od powyżej opisanej, to wielokrotnie cechowała się pomysłowością i pozytywnie zaskakiwała.

Trzeba wspomnieć, że wśród placówek, które nie posiadały specjalnego folderu znalazły się takie, które w zamian proponowały informacje pisemne dot. poszczególnych wydarzeń, lub poszczególnych wystaw, bądź chociażby przygotowywały symboliczną pocztówkę. Niestety znalazły się i takie placówki, które nie posiadały żadnej formy informacji pisemnej, ani graficznej, lub posiadały ulotki, ale tylko takie które prezentowały rodzime miasto. W sytuacji kryzysu polskiego muzealnictwa i potrzebie otwarcia się na zwiedzającego taką postawę uznać trzeba za naganną. Zaznaczyć należy przy tym, że niekiedy to właśnie małe placówki (na przykład izby pamięci) mimo kłopotów finansowych potrafiły znaleźć rozwiązanie na przygotowanie niewielkim kosztem informacji pisemnej, dlatego nie łączymy problemu braku folderu tylko i wyłącznie z budżetem, ale także z postawą pracowników merytorycznych i dyrekcji.

Z racji różności form przekazu informacji pisemnej w przebadanych placówkach, poniżej zostały opisane tylko te najbardziej charakterystyczne. Mogą stać się one inspiracją dla innych muzeów do stworzenia ciekawej koncepcji informacyjnej, zarówno tej pisemnej, jak i graficznej. Placówki skorzystać mogą także z wytycznych opisanego wcześniej „idealnego informatora” w celu udoskonalenia komunikacji między muzeum a odbiorcą, a zwłaszcza tak szczególnym typem odbiorcy, jakim jest dziecko.

### **Informator muzealny:**

Informator muzealny Muzeum Kultury Ludowej w Osieku nad Notecią jest przykładem idealnego informatora. Przede wszystkim jest przydatny. Muzeum ma charakter skansenu, zajmującego rozległą przestrzeń i posiadającego dużą ilość obiektów. Informator pozwala przyrzeć się za pośrednictwem kolorowej fotografii każdemu obiektowi z osobna (na przykład zagrodzie, remizie, kapliczce, młynowi), a także przeczytać jego historię i umiejscowić obiekt w przestrzeni (informator posiada specjalną mapkę ponumerowanych zabytków wykonaną na podstawie

zdjęcia lotniczego terenu). Taki zabieg porządkuje wiedzę zwiedzającego i zachęca do eksploracji przestrzeni muzeum. Oprócz opisu zabytków czytelnik znajdzie w folderze także krótki, lecz treściwy tekst dotyczący fenomenu kultury ludowej oraz historię powstania muzeum. Informacje te mogą poszerzyć wiedzę na temat skansenu o aspekt regionalny i być szczególnie cenne dla odbiorców pochodzących z okolic Osieka.

Informator jest atrakcyjny – kolorowy, z dużą ilością zdjęć, wydrukowany na eleganckim papierze. Posiada formę małej książki, dzięki czemu jest wygodny do czytania. Z tyłu folderu znajduje się strona z podstawowymi informacjami dla zwiedzających (godziny otwarcia, możliwość dojazdu, inf. o kawiarni i sklepiku muzealnym, skrót działalności edukacyjnej), a także mapka dojazdowa i streszczenie najważniejszych wątków informatora po angielsku i niemiecku. Na szczególną uwagę zwraca także strona z logiem sponsorów, która w nie narzucający się sposób informuje o jakże istotnych, źródłach finansowania placówki.

**Wnioski:** Stworzenie tak atrakcyjnego informatora z pewnością łączy się z posiadaniem odpowiednich środków finansowych na ten cel. Zdajemy sobie sprawę, że wiele placówek może nie stać na wykonanie podobnego folderu. Jednakże pomysł z umieszczeniem streszczenia w języku angielskim i niemieckim, a także graficznego przedstawienia przestrzeni muzealnej z naniesionymi obiektami (choćby w formie rysunkowej) wydaje nam się wart wykorzystania w procesie tworzenia informacji pisemnej i jednocześnie osiągalny w kwestii budżetu.

#### **Informator edukacyjny:**

Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie proponuje interesujący informator edukacyjny. Jego głównym celem ma być prezentacja tematów lekcji i warsztatów muzealnych w placówce w Szreniawie, a także w oddziałach tego muzeum, m.in. w: Skansenie i Muzeum Pszczelarstwa w Swarzędzu, czy Muzeum Przyrodniczo- Łowieckim w Uzarzewie. Informator spełnia ten cel doskonale.

Informator ma formę kilkustronicowego folderu i jest wydany w atrakcyjny i czytelny sposób. Jego główną zaletą jest podanie tylko tych informacji, które

bezpośrednio wiążą się z edukacją muzealną, czyli: skrótu działalności edukacyjnej muzeum, sposobu zamówienia lekcji (z podanymi aktualnymi cenami), opisem lekcji i warsztatów muzealnych. Warto przy tym zaznaczyć, że każda opisana propozycja edukacyjna ma wyraźnie zaznaczony tytuł, czas trwania, oraz wiek odbiorców (klasę) do których jest adresowana. Ponadto zobrazowana jest kolorowym zdjęciem. Zdjęcia są dobrane w ten sposób, by zainteresować młodszego odbiorcę – pokazują uczestniczące w zajęciach dzieci, oraz żywy inwentarz im towarzyszący. Na zdjęciach też dużo się dzieje, są robione „w ruchu”.

Na końcu folderu znajduje się strona zatytułowana „notatki”, co wydaje się pomysłową inicjatywą, przydatną dla na przykład nauczycieli, którzy planują do Muzeum wyjście z klasą. Folder posiada również spis adresów i telefonu do każdego z oddziałów, a także mapkę poglądową z rozmieszczonymi wszystkimi placówkami na terenie Wielkopolski.

**Wnioski:** Już sam pomysł wydania osobnego od ogólnego informatora muzealnego, folderu edukacyjnego wydaje się być bardzo dobrym. Nawet jeśli muzeum posiada tylko kilka propozycji edukacyjnych, to ich promocja będzie możliwa właśnie dzięki utworzeniu odrębnej, czytelnej informacji pisemnej. Tak przygotowana oferta na pewno stanie się interesująca dla szkół w regionie i nie tylko. Warunkiem jest jednak treściwy i interesujący opis propozycji edukacyjnych.

#### **Ulotka informacyjna o muzeum:**

Jeżeli placówki nie stać na przygotowanie informatora w formie książeczki, może zawsze przygotować małą ulotkę. Taka ulotka reprezentuje m.in.: oddział Muzeum Narodowego w Szreniawie – Muzeum Młynarstwa i Wodnych Urządzeń Przemysłu Wiejskiego w Jaraczu. Mimo jej niewielkich rozmiarów, jest estetyczna, kolorowa i drukowana dwu stronnie.

Strona tytułowa ulotki zachęca odbiorcę ładnym zdjęciem placówki. Ponadto podana jest pełna nazwa muzeum zgodna z szatą i znakiem graficznym Muzeum Narodowego w Szreniawie, a także adres (wraz z adresem mailowym) i telefon kontaktowy. Strona tylnia natomiast zawiera: godziny otwarcia i wypunktowaną działalność muzeum (nie tylko zwiedzanie, ale i organizację ognisk i grzybobrań,

czy wynajem pokoi hotelowych). Działowość przetłumaczona jest dodatkowo na język angielski.

**Wnioski:** Ulotka wydaje się świetnym rozwiązaniem marketingowym (nawet jeśli muzeum posiadaj już swój informator). Jest niedroga w produkcji, za to bardzo przydatna i dostępna dla zwiedzającego. Można ją wydrukować w większej ilości i zadbać o jej kolportaż. Istotne wydaje się być umieszczenie atrakcyjnego zdjęcia na stronie tytułowej, oraz przemyślanego wyboru oferty muzealnej na stronie tylnej (ze względu na wielkość nie można przecież umieścić wszystkiego). Warto wymienić także i inne niż tylko związane z edukacją muzealną propozycje, na przykład te związane z rekreacją. Tak przygotowana ulotka na pewno będzie atrakcyjna dla szerokiego grona odbiorców.

#### **Folder wystawy stałej:**

Alternatywą dla informatora muzealnego, który z zasady prezentuje szeroką działalność placówki, jest stworzenie folderu dot. wystawy stałej. Jest to dobre rozwiązanie dla muzeów mniejszych, które nie prowadzą działalności edukacyjnej i rekreacyjnej lub / i które posiadają ciekawe zbiory muzealne i chcą je zaprezentować szerszemu gronu odbiorcy za pośrednictwem informacji pisemnej.

Muzeum regionalne w Jarocinie proponuje folder pt.: Z przeszłości Ziemi Jarocińskiej. Folder jest wydrukowany na bardzo ładnym, twardym papierze i wygląda w pełni profesjonalnie. Opisuje precyzyjnie wystawę stałą, na której wyeksponowane zostały zabytki archeologiczne i etnograficzne. Minusem folderu jest zbyt duża ilość tekstu (w zbyt małej czcionce) w stosunku do prezentowanych zdjęć wystawy. Ponadto zdjęcia nie są wyraziste. Folder zasługuje na uwagę, gdyż jego charakter jest spójny z profilem muzeum, ale jest zbyt mało wyrazisty.

W folderze znajdziemy przydatne informacje, takie jak: adres, godziny otwarcia i ceny biletów. Brakuje mapki dojazdu.

**Wnioski:** Wydaje się, że folder wystawy stałej to pozycja obowiązkowa przede wszystkim dla muzeów, których celem jest prezentacja obiektów muzealnych. Jednak dwa warunki winny zostać spełnione, by taki folder był atrakcyjny dla zwiedzającego: placówka musi posiadać interesujące zbiory lub / i zbiory wystawione w interesujący sposób oraz placówka musi mieć pomysł na ich

graficzne pokazanie (ciekawy tekst, intrygujące zdjęcia). Dopiero, gdy te dwa warunki zostaną spełnione, można zastanawiać się nad sensem tworzenia podobnego folderu.

### **Ulotka informująca o konkretnym wydarzeniu muzealnym:**

Muzeum to nie tylko wystawa stała i czasowa, czasem placówka jest interesującym miejscem właśnie dlatego, że ma pomysł na prowadzenie działalności dodatkowej: warsztatów, imprez plenerowych, konkursów, czy kółka zainteresowań. Ulotkę o takim wydarzeniu warto przygotować z kilku powodów. Przede wszystkim chcemy o nim poinformować jak najwięcej odbiorców, po drugie chcemy żeby odbiorca wydarzenie dobrze zapamiętał i wrócił na przykład w kolejnej edycji, po trzecie możemy oraz kolejny zaprezentować samą placówkę i oczekiwać potencjalnych nowych zwiedzających.

W placówkach objętych projektem MAK taka forma ulotki była bardzo popularna. Jedną z nich była ulotka reklamująca II Edycję Konkursu Rzeźbiarzy Regionu Konińskiego stworzona przez Muzeum Okręgowe w Koninie. Nie tylko popularyzuje ona konkurs, ale także specyfikę rzeźby ludowej w regionie konińskim. Prezentuje kolorowe zdjęcia rzeźb i podstawowe informacje związane z działalnością muzeum (dojazd, adres, kontakt). Jest ona dobrym medium przekazu, gdyż łączy potencjał regionu z prowadzonymi działaniami muzealnymi.

**Wniosek:** Ulotka dotycząca konkretnego wydarzenia muzealnego, służyć może nie tylko do promocji tego wydarzenia, ale i samego muzeum oraz walorów kulturowych regionu.

### **Wizytówka:**

Samo posiadanie przez placówkę wizytówek zawierających podstawowe informacje o pracowniku i muzeum wydaje się oczywiste, ale ich szata graficzna pozostawia nieraz wiele do życzenia. Należy pamiętać, że wizytówka jest jedną z form informacji pisemnej / graficznej, która tworzy obraz muzeum i może być strategią promocji. Tym samym powinna być ona spójna z profilem i charakterem placówki, ale przede wszystkim – estetyczna.

Wizytówka Muzeum Regionalnego w Pleszewie jest przykładem niezwykle atrakcyjnej, a jednocześnie skromnej i czytelnej małej formy informacji pisemnej.

Jest drukowana na papierze o ciekawej fakturze (przypomina papier czerpany), a jej kolorystyka wpada w tonację sepii i świetnie współgra z etnograficznym profilem muzeum. Na dole wizytówki widnieje mała grafika (szkic, także w tonacji sepii), która dodaje wizytówce uroku. Informacje dot. muzeum (strona www, email, adres, telefon, NIP) i pracownika (imię, nazwisko, funkcja) są zapisane wyraźną czcionką.


**Wniosek:** Projekt MAK udowodnił, że małe jednostki muzealne potrafią radzić sobie równie dobrze jak Muzea Narodowe, a czasem nawet i lepiej. Przykładem takiej postawy jest wizytówka stworzona dla pracownika merytorycznego (i nie tylko) w Muzeum Regionalnym w Pleszewie, która wydaje się dobrze spełniać rolę promocji placówki.


#### **Pocztówka:**

Pocztówka może być niedrogim i urokliwym sposobem na promocję nie tylko placówki muzealnej, ale i całego regionu. Przykładowo – Muzeum Regionalne Ziemi Sulmierzyckiej oferuje pocztówkę – cegielkę, która przedstawia grafiki wiatraka koźlarza z XVIII, który został wyremontowany przez społeczność lokalną, pod patronatem muzeum. Tym samym pocztówka nie tylko służy do celu promocji placówki, ale pozwala włączyć się w szerszą akcję społeczną i podkreślić relację pomiędzy muzeum a regionem oraz zbudować relację pomiędzy muzeum a zwiedzającym pochodzącym z poza regionu.

**Wniosek:** Sprzedaż pocztówek-cegiełek oraz innych przedmiotów budujących więzi pomiędzy lokalną społecznością, muzeum, dziedzictwem kulturowym oraz zwiedzającymi z poza regionu jest wyśmienitym pomysłem. Umożliwiają one utożsamienie się z poszczególnymi regionami oraz elementami dziedzictwa oraz zbudowanie poczucia bliskości, „własności” oraz przynależności.

Załącznik: skany omawianych informatorów pisemnych

  
**Muzeum Młynarstwa i Wodnych Urządzeń  
Przemysłu Wiejskiego w Jaraczu**  
**The Museum of Milling and Water Equipment  
of Rural Industry in Jaracz**




Jaracz, 64-610 Rogoźno, Poland  
tel./fax +48 (0) 67 261 05 15  
tel. kom. (0) 507 062 430  
[www.muzeum-szreniawa.pl](http://www.muzeum-szreniawa.pl)

**MUZEUM REGIONALNE  
W JAROCINIE**



**Z  
PRZESZŁOŚCI  
ZIEMI  
JAROCIŃSKIEJ**


**RZEŹBIARZE**  
**REGIONU KONIŃSKIEGO**



**II  
EDYCJA KONKURSU**  
(czerwiec 2010)

**Muzeum Okręgowe w Koninie**  
**Instytucja Samorządowa**  
**Województwa Wielkopolskiego**

**MUZEUM KULTURY  
LUDOWEJ**  
**W OSIEKU N. NOTECIĄ**  
ODDZIAŁ MUZEUM OKRĘGOWEGO W PILE




**INFORMATOR**

[www.muzeum-pleszew.isnet.pl](http://www.muzeum-pleszew.isnet.pl);  
e-mail: [muzeum-pleszew@isnet.pl](mailto:muzeum-pleszew@isnet.pl)

**Iwona Wieruszewska**  
st.dokumentalista

MUZEUM REGIONALNE W PLESZEWIE  
ul. Poznańska 34, 63-300 Pleszew  
tel. (+4862) 7428-359;  
NIP 617-10-45-082





## 05. Analiza stron internetowych muzeów

### Wprowadzenie:

W dzisiejszych czasach media – czyli tzw. środki społecznego komunikowania o szerokim zasięgu, jak prasa, radio, telewizja, przede wszystkim zaś Internet – stanowią jeden z najistotniejszych elementów organizmu światowego, bez których trudno wyobrazić sobie jego dalsze funkcjonowanie i rozwój<sup>2</sup> To potęga na ogólnoswiatową skalę, niosąca ideę powszechnej komunikacji ludzi między sobą, z pominięciem tradycyjnych granic, jedno z ważniejszych źródeł wiedzy o świecie dla młodych ludzi świata czasów globalizacji. Można powiedzieć, że obecnie nie istnieje liczący się obszar ludzkiej działalności, który nie jest w jakimś stopniu od tego medium uzależniony, lub chociaż z nimi związany.

Do wyjątków w tej kwestii nie należy sfera kultury i życia społecznego, w tym działalność muzeów, nawet tych najmniejszych. Strona internetowa muzeum jest często pierwszym miejscem, gdzie potencjalny zwiedzający może uzyskać podstawowe informacje o jego ofercie, tak wystawienniczej, jak i edukacyjnej oraz eventowej. Od tego, w jaki sposób jest ona zaprezentowana, od jej atrakcyjności graficznej, czytelności informacji, kwestii jej aktualizowania, pokazania i wyjaśnienia lokalizacji i tym podobnym, zależy, czy czytający stanie się zwiedzającym. Czytającym może być młody odbiorca, może być to także rodzic decydujący między innymi o formie spędzenia z rodziną czasu wolnego, może nim być także nauczyciel lub dyrektor szkoły poszukujący możliwość skorzystania z oferty muzealnej przez swoich uczniów. Stąd analiza stron internetowych muzeów objętych projektem została uznana za ważny element badań.

Analiza bazuje na formularzu, który służył za podstawę oceny stron internetowych muzeum. Po pierwsze, zanalizowany został rodzaj / typ strony posiadanej przez dane muzeum, zgodnie z kategoriami: *strona niezależna muzeum*, *pod-strona / część strony innego muzeum – jakiego?*, *pod-strona innego typu strony internetowej*.

Z kolei do oceny każdej ze stron posłużyła przygotowana w tym celu tabela, w której uwzględnione zostały następujące kategorie: *FAKTOGRAFIA*, *LOGISTYKA*,

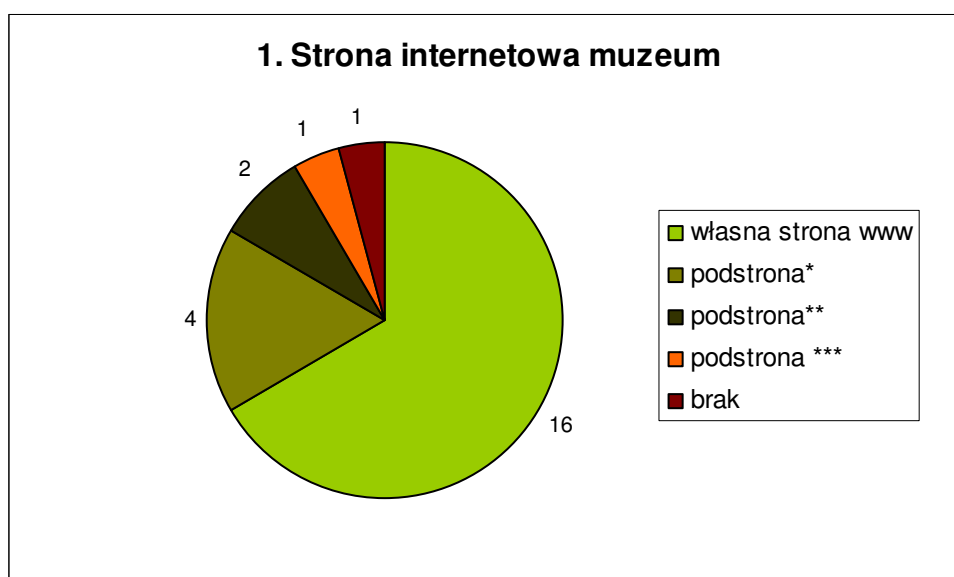
---

<sup>2</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 5-15.

ATRAKCYJNOŚĆ GRAFICZNA, PRZEJRZYŚĆ, DOSTĘPNOŚĆ, AKTUALIZACJA, UŻYTECZNOŚĆ. Każda z tych kategorii została oceniona w skali od 1 do 5 (gdzie 5 jest najwyższą oceną).

### Analiza materiału:

Istotnym czynnikiem umożliwiającym zwiedzającemu kontakt z placówką muzealną i pozyskanie pierwszych informacji jest we współczesnym świecie funkcjonowanie strony internetowej. **Z badanych 24 placówek muzealnych tylko 8 nie posiada samodzielnych stron internetowych. W przypadku 4 placówek będących oddziałami informacje o nich można znaleźć na stronie macierzystego muzeum\*** (Wielkopolski Park Etnograficzny w Dziekanowicach, Muzeum Etnograficzne w Poznaniu, Muzeum Młynarstwa i Wodnych Urządzeń Przemysłu Wiejskiego w Jaraczu, Skansen i Muzeum Pszczelarstwa im. prof. Ryszarda Kosteckiego w Swarzędzu), dwa muzea mają podstrony na stronach innych instytucji kultury\*\* (Muzeum Regionalne we Wronkach, Muzeum Regionalne im. Wojciecha Dutkiewicza w Rogoźnie), jedno muzeum posiada podstronę na stronie miejskiej\*\*\* (Muzeum Ziemi Sulmierzyckiej), natomiast jedno nie posiada żadnej strony ani podstrony internetowej i jest to Muzeum Ziemi Kępińskiej im. T.P. Potworowskiego (por. schemat 1).



Ocena szczegółowa stron internetowych muzeów objęła już tylko te muzea, które posiadają własne strony internetowe. Ich analiza w ramach poszczególnych kategorii prezentuje się następująco:

- oceniając FAKTOGRAFIĘ danych znajdujących się na stronach muzeów objętych analizą, brano pod uwagę to, jakiego rodzaju informacje dotyczące tematyki muzeum, jego zbiorów i propozycji wystawienniczych oraz edukacyjnych są prezentowane na stronie. W tej kategorii średnia dla muzeów wyniosła 4, generalnie te muzea, które posiadają swoje strony internetowe, umieszczają na nich bardzo bogaty opis zabytków muzealnych, historii muzeum i tym podobnych informacji
- w kwestii LOGISTYKI, analizowane było między innymi to, czy na stronie znajdują się informacje odnośnie możliwości dotarcia do muzeum oraz czy są one trafne; ocenie poddano również fakt podania bądź nie na stronie informacji strategicznych przy zaplanowaniu czasu i możliwości budżetowych zwiedzania muzeum (bądź udziału w jakiś działaniach z jego oferty edukacyjno-wystawienniczo-eventowej: dni i godziny otwarcia, ceny biletu, wstęp bezpłatny (tak / nie, w który dzień), **aktualny** adres mailowy, telefon, lokalizacja, mapka dojazdu. W tej kategorii średnia dla muzeów wyniosła 3+ (wiele muzeów nie podaje aktualnych danych teleadresowych, szczególnie mailowych, jak również możliwości dojazdu, mapek i tym podobnych
- ATRAKCYJNOŚĆ GRAFICZNA strony internetowej była kolejnym punktem analizy. Oceniane były tutaj takie elementy, jak kolory użyte na stronie (monochromatyczność / intensywność / zbyt duża intensywność barw), fakt umieszczenia (bądź nie) na stronie zdjęć oraz ich jakość; zwrócono również uwagę na fakt wizualnego odwołania się na stronie do symboliki regionu / miejscowości (na przykład poprzez umieszczenie na nim godła regionu). W tej kategorii muzealne strony wypadły dobrze i średnia ocena wynosi 4
- PRZEJRZYSTOŚĆ i UŻYTECZNOŚĆ – w tym przypadku strony muzeów były analizowane pod kątem czy informacje (w tym fotografie) są ułożone w taki sposób, że można je szybko/wolno/wcale odnaleźć; czy informacje

tekstowe znajdujące się na danej stronie są napisane językiem zrozumiałym i tym samym mogą być użytecznym źródłem informacji dla czytelnika postronnego, np. ucznia. Okazało się, iż nie wszystkie muzea mają galerie zdjęć (ułatwiających ich odnalezienie na stronie, jak również osadzenie w czasie i kontekście). Problemem bywa także zbyt dużą liczbą informacji oraz tekstu, co może zniechęcać czytelnika do lektury tych treści. Tym samym średnia dla stron muzealnych w tej kategorii wyniosła 3+

- w przypadku kategorii DOSTĘPNOŚĆ ocenie poddana została kwestia wypozycjonowana strony, która może być czynnikiem niezwykle istotnym dla potencjalnego odbiorcy poszukującego informacji o muzeum poprzez wyszukiwarkę internetową. W tej kategorii okazało się, że przy użyciu najprostszych słów kluczy, którymi były nazwa muzeum i miejsce, strony muzeów wyskakują jako pierwsze lub jedno z pierwszych. W tej kategorii średnia dla stron muzealnych to 5.
- ostatnim z analizowanych kryteriów była kwestia AKTUALIZACJI strony – czy zawarte są na niej bieżące informacje o działaniach muzeum (działania obecne i przyszłe), czy też strona służy bardziej jako swoiste archiwum internetowe. W tej kategorii średnia dla stron muzealnych wynosi 3.

Przykładem sprawnie działającej strony należącej do muzeum regionalnego o relatywnie małym budżecie może być strona internetowa Muzeum Śremskiego (por. zrzut ekranowy fragmentu strony). Strona jest na bieżąco aktualizowana i czytelna / przejrzysta w układzie. Znajduje się na niej prosta, w pełni komunikatywna forma prezentacji oferty edukacyjnej dla dzieci i młodzieży z regionu, oferty – co ważne – aktualnej, co widać i po informacjach, i po zdjęciach. Aktualna oferta na stronie znajduje się w formie plakatów promujących poszczególne projekty, jak również całorocznego kalendarza (proste wykonanie w Wordzie, ale niezwykle czytelne) oferty edukacyjnej dla dzieci i młodzieży.



**Muzeum Śremskie – fragment zrzutu strony internetowej muzeum**

Najbardziej interaktywną stroną internetową spośród analizowanych muzeów posiada Muzeum Okręgowe w Lesznie. Strona została przygotowana dzięki dotacji projektowej uzyskanej dzięki staraniom pracowników muzeum. Znaleźć można na niej wiele form kontaktu z muzeum, między innymi *newsletter* oraz forum dyskusyjne. Strona tytułowa prezentuje dane tele-adresowe i opcję kontynuacji w trzech językach (polskim, angielskim i niemieckim – por. fragment zrzutu strony) , bardzo dobra aktualizacja (podstrony wystaw planowanych, codziennie aktualna data, a nawet imieniny osób świętujących danego dnia). Ruchome (ale nie odciągające uwagi w negatywny sposób) elementy informują o najbardziej bieżących wydarzeniach w muzeum oraz pokazują zabytki muzealne. Na stronie znajduje się również oferta promocji dla potencjalnego sponsora, doskonale zachowana czytelność informacji (nie za duża ilość tekstu). Osobne menu poświęcone jest wyłącznie kwestii oferty edukacyjnej prowadzonej przez muzeum.



**Muzeum Okręgowe w Lesznie – fragment zrzutu strony internetowej muzeum**

### **Podsumowanie i rekomendacje:**

- Większość muzeów posiada strony internetowe lub podstrony, na których znajdują się wszystkie dane teleadresowe oraz godziny otwarcia muzeów dla zwiedzających.
- Strony są dobrze pozycjonowane, po wpisaniu w wyszukiwarkę hasła „muzeum” oraz danej miejscowości pojawia się adres strony muzealnej.
- Przykład sprawnie funkcjonującej strony internetowej Muzeum Śremskiego pokazuje wyraźnie, że również instytucje muzealne z niewielkimi funduszami mogą mieć swoją interaktywną wizytówkę w wirtualnym świecie.
- Bieżące aktualizowanie strony internetowej oraz podawanie aktualnych adresów poczty elektronicznej – jest ważnym, wręcz podstawowym kryterium umożliwiającym efektywny kontakt z odbiorcą w czasach doby globalizacji i ważne by jednostki muzealne miały to na uwadze.

## 06. Analiza przestrzeni wystawienniczej muzeów

### Wprowadzenie

Wystawiennictwo muzealne w Polsce jest obecnie w fazie restrukturyzacji. Placówki zauważyły problem braku interaktywności w procesie przekazywania treści muzealnych i próbują wprowadzić modernizacje w stopniu, na jaki pozwalają im posiadane środki finansowe. Brak zmian może równać się z utratą zainteresowania placówką przez zwiedzających, a tym samym obniżeniem i tak nie najwyższej frekwencji.

Dlaczego interaktywność jest tak ważna? Stanowi ona jeden z podstawowych elementów, który konstytuuje tak zwane „nowe muzealnictwo”. Ruch powstał około 20 lat temu i ma na celu zmianę dotychczasowej społecznej roli muzeum w oraz zmianę prezentowanych przez nie obiektów. Zmiana dokonać się może jedynie wówczas, gdy zostaną spełnione dwa warunki:

- 1) zwiedzający stanie się aktywnym odbiorcą przekazywanych treści muzealnych, przestając być jak dotychczas pasywnym widzem;
- 2) muzeum zostanie zaangażowane w życie lokalnej społeczności i włączy się proces budowania wspólnej dla niej i muzeum tożsamości kulturowej (na przykład regionalnej).

W obydwu warunkach interaktywność ma znaczenie kluczowe.

Interaktywność jest także szczególnie istotna, gdy myślimy o edukacji muzealnej w kontekście kultury tradycyjnej i najmłodszych odbiorcach – dzieciach. Aktywne uczestnictwo to jedna z najlepszych form przekazu kultury tradycyjnej, gdyż folklor będący jej wyrazem z zasady jest: spontaniczny, kolektywny, ulega przeobrażeniom i wymaga aktywnego (wręcz fizycznego) uczestnictwa (na przykład plecienia, śpiewania, tańczenia, opowiadania). Z kolei **perspektywa najmłodszego odbiorcy wymaga wprowadzenia** specjalnego traktowania przez daną placówkę (przygotowania odpowiedniego programu muzealnego, formy wystawienniczej, zajęć edukacyjnych oraz dostosowania przestrzeni) i powrotu do korzeni rozumienia słowa „tradycja”, „folklor”, które u podstaw zakładają przekaz interaktywny i zmuszają do uwzględnienia tych form w przekazie muzealnym.

Projekt miał na celu sprawdzenie, czy powyższe postulaty w wybranych muzeach wielkopolskich zostały wypełnione, bądź zaaplikowane – a jeśli tak, to w jaki sposób.

### **Narzędzie badawcze**

Zastosowane w projekcie MAK narzędzie badawcze miało charakter ankiety i uwzględniało następujące kwestie: estetyka muzeum, możliwość swobodnego zwiedzania, przestrzenny i tematyczny układ wystaw, posiadanie wyspecjalizowanego w pracy z dziećmi personelu oraz możliwość zakupu pamiątek muzealnych. Każda z powyższych kwestii w istotny sposób wpływa na stopień interaktywności placówki. Przebadanych zostało 24 muzeów o różnym charakterze (muzea narodowe, regionalne, izby pamięci).

### **Analiza jakościowa problemu**

Analiza opiera się na odpowiedziach uzyskanych w trakcie prowadzenia ankiety dotyczącej problematyki przestrzeni wystawienniczej.

Pytanie nr 1. Czy muzeum jest zadbane?

18 muzeów uznanych zostało za zadbane. Rozumiemy przez to, że teren muzealny jest czysty i zorganizowany przyjaźnie dla zwiedzającego (w muzeum są ławki, na których można odpocząć, występują elementy roślinne, ogólnie dostępna toaleta). Wśród muzeów zadbanych na szczególną uwagę zwraca Muzeum – Zamek Górków w Szamotułach, którego historyczna zabudowa jest odnowiona zgodnie z normami konserwatorskimi, a samo miejsce, w którym położone jest muzeum posiada znakomite walory estetyczne (na przykład park i ogród otaczający zamek). Ponadto muzeum posiada przestronne i jasne sale wystawiennicze i konferencyjne oraz eleganckie pokoje hotelowe.

Wśród muzeów nie spełniających standardów estetycznych znalazły się przede wszystkim takie, które były zakurzone, dawno nie remontowane, a wystawy były nieuporządkowane i zorganizowane w sposób chaotyczny.

Pytanie nr 2. Czy istnieje możliwość swobodnego zwiedzania?

Swobodnym zwiedzaniem jest w naszej opinii zwiedzanie bez przewodnika oraz personelu obsługi wystaw, w czasie, którego zwiedzający może poruszać się w dowolnym kierunku, tempie oraz będąc ograniczonym jedynie przez względy bezpieczeństwa.

Z przeprowadzonych badań wynika, że tylko 11 na 24 muzeów daje możliwość swobodnego zwiedzania. Wiąże się to przede wszystkim z lękiem personelu o kradzież obiektów, a tym samym z niedostateczną ich ochroną (na przykład z brakiem monitoringu). Wśród muzeów spełniających standardy znajduje się Muzeum Regionalne im. Wojciechy Dutkiewicz w Rogoźnie, które posiada odpowiednio zabezpieczone obiekty i umożliwia indywidualne zwiedzanie. Z kolei Muzeum Kultury Ludowej w Osieku nad Notecią, choć jest prowadzone na najwyższym poziomie pod względem wystawienniczym, to z lęku przed zaprószeniem ognia (muzeum ma charakter rozległego skansenu) i zagubienia się w przestrzeni najmłodszego odbiorcy – zwiedzanie bez przewodnika jest niedozwolone.

Ponadto w 16 na 24 przebadanych muzeach istnieje możliwość wykonywania zdjęć na wystawach. Należy się zastanowić, czy jest to wystarczająca rekompensata za brak możliwości swobodnego zwiedzania.

Pytanie nr 3. Czy w muzeum znajduje się personel wyspecjalizowany w pracy z dziećmi?

Pomimo prowadzenia edukacji muzealnej dla dzieci w większości placówek, tylko 13 na 24 z nich posiada wyspecjalizowany do tego celu personel. Wśród nich wiodące miejsce zajmuje między innymi Muzeum Kultury Ludowej w Osieku nad Notecią, które zatrudnia osoby o odpowiednim przygotowaniu pedagogicznym i artystycznym (na przykład plastycznym, muzycznym) a także posiada osobną ofertę muzealną skierowaną konkretnie „dla dzieci”.

Zdarza się jednak, że nawet, jeśli muzeum ze względu na niewystarczający budżet nie posiada specjalistycznej kadry, to stara się przeprowadzić lekcje muzealne oraz udostępnić wystawy z myślą o najmłodszym odbiorcy. Przykładem takiej placówki jest Muzeum Regionalne we Wronkach.

Pytanie nr 4. Czy wystawy są na jednym poziomie?

Choć żadne z badanych przez nas muzeów nie spełnia w 100 % wymogów udostępnienia zasobów dla osób niepełnosprawnych, to jedynie 10 z 24 placówek oferuje wystawy bez konieczności wchodzenia po schodach. Pod tym względem najgorsze warunki znajdują się w Muzeum – Zamek Górków w Szamotułach. Jest to spowodowane jego historyczną zabudową (wysokie, strome schody zamku i wieży, kamienna podłoga). Na przeciwnym biegunie znajduje się Muzeum Regionalne im. H. Ławniczaka w Krotoszynie, oferujące dużo łatwiejszy dostęp do wystaw.



**Wąskie drzwi oraz strome schody to częsta przeszkoda spotykana w muzeach przez osoby niepełnosprawne. W Muzeum w Pile niepełnosprawne osoby (w tym odbiorcy najmłodszy) mogą zwiedzać jedynie parter muzeum.**

Pytanie nr 5. Czy wystawa podzielona jest na działy tematyczne?

15 na 24 muzeów swoją działalność wystawienniczą oferuje podzieloną na działy tematyczne. Z uwagi na rozległy charakter prezentowanych obiektów rozwiązanie to wydaje się być zrozumiałe. Dotyczy to przede wszystkim muzeów regionalnych, w tym Muzeum Okręgowego w Koninie czy Muzeum Regionalnego w Jarocinie. Są to placówki, które nie zajmują się wybraną, specjalistyczną dziedziną, lecz prezentują rozmaite zbiory związane z regionem. Najczęściej wystawy stałe dzielone są na: część historyczną, przyrodniczą i etnograficzną.

Pozostałe 6 muzeów prezentuje ściśle wyspecjalizowane zbiory, jak na przykład Muzeum Młynarstwa i Wodnych Urządzeń Przemysłu Wiejskiego w Jaraczu.

Pytanie nr 6. Czy istnieje możliwość zwiedzania muzeum z przewodnikiem w języku obcym?

Jednym z największych problemów umożliwiającym powszechną interakcję ze zwiedzającymi jest brak przewodników w języku obcym. Brak wyspecjalizowanego w tym zakresie personelu dotyczy 15 z 24 badanych muzeów. Dobrą wiadomością jest, iż do muzeów oferujących zwiedzanie w języku obcym nie należą wyłącznie muzea narodowe, posiadające wysokie budżety (na przykład Muzeum Narodowe Rolnictwa w Szreniawie), lecz także muzea regionalne i okręgowe (na przykład Muzeum Regionalne im. Dzieci Wrzesińskich we Wrześni).

Pytanie nr 7. Czy w muzeum jest sklepik muzealny

Najpowszechniejszym zjawiskiem, zaistniałym w 19 na 24 muzeach jest obecność sklepiku muzealnego. Ich oferta jest zróżnicowana i zawiera nie tylko publikacje naukowe, ale także popularnonaukowe, rękodzieło artystyczne, materiały promocyjne (długopisy, pocztówki, plakaty) oraz pamiątki niezwiązane z profilem muzeum (breloczki, drewniane zabawki). Powodem częstej obecności sklepików w przestrzeni muzealnej jest chęć podreperowania niskich budżetów drobnymi kwotami uzyskanymi ze sprzedaży. Należy jednak zaznaczyć, że w wielu przypadkach działania te nastawione są przede wszystkim na działalność komercyjną, niezwiązaną z wymiarem edukacyjnym, kulturowym oraz z budowaniem tożsamości regionalnej i więzi pomiędzy placówką a odbiorcą.



**Sklepik muzealny oferujący możliwość zakupu wyrobów tematycznie związanych z profilem placówki muzealnej oferuje na przykład Skansen i Muzeum Pszczelarstwa im. prof. Ryszarda Kosteckiego w Swarzędzu**

### **Podsumowanie:**

8 na 24 muzeów wykazało brak interaktywności polegający z reguły na:

- a) prezentowaniu wystaw wyłącznie w stylu gablotowym
- b) zakazie dotykania kopii eksponatów
- c) podczas zwiedzania wystaw jedyny kontakt interaktywny ze zwiedzającymi to narracja słowna prowadzona przez przewodników
- d) przebadane muzea nie posiadają również warunków przestrzennych sprzyjających do aktywnego uczestnictwa w przyswajaniu informacji muzealnych.

Interaktywność w pozostałych placówkach to przykładowo:

- a) pokazy plenerowe („Od ziarenka do bochenka” muzeum w Jaraczu, „U kowala w kuźni” muzeum w Osieku nad Notecią, „Jesień na wsi” muzeum w Szreniawie)
- b) warsztaty („Wyrabianie masła” muzeum w Osieku nad Notecią, „Kurpiowskie kwiaty z krepy” muzeum we Wronkach)
- c) możliwość dotykania specjalnie przygotowanych eksponatów (duszy od żelazka, garnków, tkanin – różne muzea)
- d) możliwość obcowania z żywym inwentarzem (owcy, kury, konie, kozy): 4 na 24 muzea m.in.: muzeum w Osieku nad Notecią, muzeum w Szreniawie
- e) przebieranki i odgrywanie scenek, współpraca z Teatrem Animacji – własna „mini-scena” teatralna na terenie muzeum, muzeum w Kępnie.

### **Rekomendacje dla muzeów:**

- wprowadzenie chociażby jednego elementu interaktywnego w ramach: wystawy stałej (na przykład kopie kilku eksponatów, które można by dotykać), edukacji muzealnej (na przykład wprowadzenie zabawy czy rysowania zamiast / oprócz narracji werbalnej), przestrzeni wystawienniczej (na przykład przygotowanie miejsca wypoczynku – wygodnej ławki dla mamy i stolika z papierem i kredkami – dla dziecka);
- prowadzenie chociażby dwa razy w roku tematycznych warsztatów o charakterze interaktywnym (nauka poprzez dotyk, zabawa, teatrzyk, pomoc przy pracach muzealnych), które można byłoby zaproponować okolicznej szkole, MDK-owi, czy ogólnie rozumianej wspólnocie lokalnej;
- zaangażowanie się muzeum we wspólne przedsięwzięcie ze społecznością lokalną (na przykład przygotowanie wystawy, zbieranie eksponatów, prace techniczne na terenie muzeum, piknik, jasełka). Dobrym pomysłem jest organizacja wspólnie z lokalną szkołą konkursu na przykład plastycznego na temat związany z profilem muzeum, a następnie zorganizowanie na podstawie konkursowych prac wystawy czasowej. W konsekwencji takiego działania integracja z placówką nastąpi nie tylko na poziomie instytucjonalnym, ale i społecznym. Ponadto wspierana będzie i promowana rodzima twórczość;



**Zwierzęta przyjazne w kontaktach i umilające pobyt najmłodszym odbiorcom posiada między innymi Muzeum Narodowe Rolnictwa w Szreniawie**

- posiadanie żywego inwentarza (na przykład króliki, baranki, kot) nie przeszkadza w działaniach placówki, może ją natomiast uczynić bardziej przyjazną dla zwiedzającemu, szczególnie tego najmłodszego

Dopuszczenie odbiorcy do **aktywnego uczestnictwa** w procesie przyjmowania komunikatów płynących z wystawy (zarówno stałej jak i czasowej) oraz treści edukacyjnych (podczas lekcji, warsztatów) jest **najskuteczniejszą** drogą do rozwoju współczesnej placówki muzealnej.

## 07. Lekcje muzealne

### Wprowadzenie:

Jedną z najbardziej istotnych we współczesnym muzealnictwie form upowszechniania jest organizowanie zajęć z zakresu edukacji muzealnej. Jest to z jednej strony umożliwianie jak najlepszego i najpełniejszego zapoznania się z ofertą muzealną, z drugiej jest to kształtowanie w młodych zwłaszcza odbiorcach nawyku uczęszczania do instytucji upowszechniania kultury.

Ze względu na rodzaj oferty uwzględniającej stopień zaangażowania odbiorcy, zajęcia edukacyjne można wyróżnić:

- Lekcje muzealne – realizowane na terenie muzeum, prowadzone przez pracownika placówki muzealnej, której niezbywalnym elementem są eksponaty znajdujące się w muzeum. Lekcja może być powiązana ściśle z jakąś wystawą stałą i / lub czasową.
- Warsztaty – realizowane na terenie muzeum, opierające się na aktywności uczestników. Celem lekcji jest wykonanie czegoś, nauka jakiejś czynności pod opieką i zgodnie z instrukcjami prowadzącego np. wytwarzanie ozdób choinkowych, pieczenie chleba.
- Pokazy – realizowane na terenie muzeum, celem jest zapoznanie uczestników z działaniem urządzeń i / lub obserwacja procesu powstawania czegoś np. obserwacja pracy kowala.

Podstawę raportu stanowi oferta edukacyjna przesłana przez muzea i / lub dostępna na stronach internetowych. Informacje dotyczące przebiegu zajęć uzyskano podczas wywiadów prowadzonych z pracownikami muzealnymi odpowiedzialnymi za realizację oferty edukacyjnej.

### Analiza materiału:

We wszystkich badanych muzeach realizowana jest edukacja muzealna, najczęściej w formie lekcji muzealnych. Oferta jest przygotowywana z rocznym wyprzedzeniem, tematy są modyfikowane w zależności od możliwości ich

realizacji (kompetencje pracowników), aktualnej oferty muzeum (wystawy czasowe), czy zapotrzebowania (tematy zgłaszane przez nauczycieli). Tematy proponowanych rozpowszechniane są za pośrednictwem:

- Strony internetowej – 10 muzeów
- Opracowanych ulotek dostępnych w siedzibie muzeum i / lub wysyłanych do szkół – 10 muzeów (m. in. Muzeum Miasta Ostrowa Wielkopolskiego i Muzeum Okręgowe w Koninie posiadają profesjonalnie przygotowane foldery ze wszystkimi tematami lekcji muzealnych, którym towarzyszy krótka charakterystyka)
- Plakatów / ogłoszeń wywieszonych w siedzibie muzeum

Oferta edukacyjna jest także wysyłana do szkół w mieście / regionie, często są to szkoły, będące stałymi odbiorcami oferty edukacyjnej. Poniższa tabela prezentuje liczbę lekcji muzealnych znajdujących się w aktualnej ofercie badanych muzeów (na rok 2010):

**Tab. 1: Liczba lekcji muzealnych w badanych muzeach**

1	Muzeum Regionalne w Pleszewie	3
2	Muzeum Ziemi Kępińskiej im. T.P. Potworowskiego	3
3	Muzeum Regionalne we Wronkach	3
4	Muzeum Młynarstwa i Wodnych Urzędzeń Przemysłu Wiejskiego w Jaraczu	3
5	Muzeum Ziemi Złotowskiej	3
6	Muzeum Regionalne w Wolsztynie	3
7	Muzeum Regionalne Ziemi Sulmierzyckiej	5
8	Muzeum Śremskie w Śremie	8
9	Skansen i Muzeum Pszczelarstwa im. prof. Ryszarda Kosteckiego	8
10	Muzeum Etnograficzne w Poznaniu (Oddz. MNP)	9
11	Muzeum Zamek Górków w Szamotułach	10
12	Wielkopolski Park Etnograficzny w Dziekanowicach (Oddz. MPPP)	10

13	Muzeum Historii Przemysłu w Opatówku	12
14	Muzeum Okręgowe im. Stanisława Staszica w Pile	16
15	Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie	16
16	Muzeum Regionalne im. Dzieci Wrzesińskich	17
17	Muzeum Kultury Ludowej w Osieku nad Notecią	19
18	Muzeum Regionalne im. H. Ławniczaka w Krotoszynie	21
19	Muzeum Miasta Ostrowa Wielkopolskiego	24
20	Muzeum Okręgowe w Lesznie	41
21	Muzeum Okręgowe w Koninie	56

Brak danych z muzeów: Muzeum Regionalne w Jarocinie, Muzeum Regionalne im. Wojciecha Dutkiewicza w Rogoźnie, Muzeum Ziemi Rawickiej w Rawiczu

Istotnym elementem edukacji muzealnej jest przełamywanie stereotypów na temat funkcjonowania placówki muzealnej, zmniejszanie dystansu pomiędzy pracownikiem, a zwiedzającym oraz pomiędzy ekspozycją, a zwiedzającymi. We wszystkich muzeach jednym z tematów lekcji muzealnych są te, dotyczące idei funkcjonowania muzeum, zasad jego organizacji i funkcjonowania (patrz: Tab. 2).

**Tab. 2: Wybrane tematy dot. muzealnictwa**

1	Muzeum – a co to takiego?
2	Co to jest muzeum (przy okazji historia budynku muzealnego)
3	Rola muzeum w gromadzeniu, opracowaniu i eksponowaniu źródeł historycznych
4	Muzeum i jego rola w ochronie dziedzictwa przemysłowego.
5	Pierwsza wizyta w muzeum
6	Co to jest muzeum ? Pojęcia: zabytek, eksponat, wystawa, rękopis, starodruk i inne (oferta dla przedszkoli i szkół podstawowych)
7	Funkcje i zadania muzeum (oferta dla gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych)
8	Co to jest muzeum i zabytek muzealny – prezentacja obiektów

9	Uczymy się trudnej sztuki kolekcjonerstwa – czyli jak zbierać to co nas interesuje
10	Dokumentalista regionalny
11	Muzeum – miejscem pracy regionalisty

Tematy lekcji są merytorycznie powiązane z charakterem muzeum oraz oferowanymi ekspozycjami (głównie stałymi). Można je podzielić na kilka obszarów tematycznych:

- Lekcje z zakresu archeologii: głównie oparte na eksponatach znajdujących się na wystawach, dotyczące prahistorii miasta i / lub regionu. Przykładowe tematy: *Badania i odkrycia archeologiczne na Krajnie; Co nam zostawił lodowiec? Skamieniałości z narzutniaków polodowcowych z okolic Konina.*
- Lekcje z zakresu historii dotyczące:
  - historii miasta / regionu: *Ziemie północnej Wielkopolski w dobie Księstwa Warszawskiego; Dzieje „Solidarności” leszczyńskiej; Udział Szamotulan w Powstaniu Wielkopolskim; Wybuch II wojny światowej w Sulmierzycach;*
  - historii wielokulturowej miasta / regionu (najczęściej o tematyce żydowskiej): *Holocaust – zagłada Żydów w Kraju Warty 1939-45; Miejsca pamięci narodowej na ziemi Wrzesińskiej; Ostrów miastem trzech religii (możliwa wycieczka);*
  - historii życia i działalności osób zasłużonych dla miasta / regionu : *Opowieść o Janie Zemelce; Zofia Urbanowska – autorką książek dla dzieci i młodzieży; Życie i działalność Stefana Rowińskiego; Zagadki z Księdzem Wawrzyniakiem;*
- Lekcje z zakresu sztuk plastycznych: *ABC o obrazie olejnym; Warsztaty rzeźbiarskie*
- Lekcje z zakresu historii sztuki: *Secesja – cechy nowego stylu na przykładzie wystroju salonu secesyjnego; Architektura Ostrowa od detalu do stylu; Biżuteria i styl – opowieść o stylach we wzornictwie XIX w.; Pokutująca Maria Magdalena – kobieta w sztuce baroku*

- Lekcje z zakresu etnografii: *Jak dbano o higienę na wsi wielkopolskiej na przełomie XVIII i XIX w; Ludowe stroje wielkopolskie; Dziecięcy świat zabawek i zabaw ludowych; Mandale - modlitwa czy filozofia; Co gospodyni chowała w skrzyni?; Domowi opiekunowie; Żywnienie zwierząt gospodarskich dawniej i dziś; Z wiejskiego stołu – masło i ser; Po szerokiej drodze. Dzieje transportu wiejskiego; Boże Narodzenie na Krajnie; Praca w pasiece; Z wizytą u powroźnika; Podania i legendy ziemi Wrzesińskiej; U kowala – pokaz pracy miecha i kucia metali; Krotoszyńskie wesele; Historia i technika produkcji wyrobów ceramicznych; W antrejsce na ryczce stoją pyрки w tytce; Na czym grywali wiejscy muzykanci?*

Osobną formą edukacji muzealnej są zajęcia mające charakter interaktywny są warsztaty, podczas których uczestnicy mają możliwość wytworzenia czegoś, przebrania się, spróbowania itp.

**Tab. 3: Wybrane tematy warsztatów / pokazów muzealnych**

	Tytuł lekcji	Komentarz
1	Od ziarna do mąki (zajęcia interaktywne – własnoręczne wytwarzanie mąki i chleba)	
2	Jak to z lnu bywało (lekcja prezentuje cały cykl obróbki lnu i proces powstawania tkaniny: praca na krośnie, od wykonania osnowy do tkania materiału)	
3	Nie święci garnki lepią – pokaz lepienia z gliny połączony z prezentacją technik garncarskich	
4	Zwyczaje wiosenne i wielkanocne; inscenizacje krotoszyńskich obrzędów ludowych	Przygotowanie inscenizacji z wykorzystaniem kostiumów dostępnych w muzeum
5	Wielkopiątkowe malowanie pisanek	Spotkania dla rodzin
6	Zwyczaje bożonarodzeniowe; inscenizacje krotoszyńskich obrzędów ludowych	Przygotowanie inscenizacji z wykorzystaniem kostiumów dostępnych w muzeum
7	Warsztaty z Sulmierzyckim Bractwem Rycerskim	
8	Jak powstaje chleb (lekcje w starym wiatraku)	

9	Czar świątecznych kartek	Samodzielnie wytwarzanie kartek
10	Legendarne spotkania wokół drzewa	Czytanie bajek i wierszy
11	Ozdoby choinkowe – warsztaty	
12	Tradycyjne gry i zabawy	zabawy i gry odtworzone na podstawie archiwaliów i ustnych przekazów
13	W świecie wycinanek	Nauka robienia wycinanek
14	O ziołach i mocy ich	Właściwości ziół, rozpoznawanie i ich zbieranie
15	Jak to w kuźni bywało	Pokaz pracy kowala i samodzielna próba wyklepania podkowy
16	Historia kaligrafii i jej podstawy	Nauka ładnego pisania
17	Wosk	Właściwości wosku i samodzielne lepienie woskowych figurek
18	Czerpanie papieru	Wytwarzanie papieru

### Podsumowanie / wnioski:

- Część muzeów ma specjalne działy, które zajmują się organizowaniem oferty edukacyjnej, rozsyłaniem informacji do szkół oraz prowadzeniem zajęć. Są to muzea okręgowe oraz narodowe. W muzeach regionalnych pracą oświatową zajmują się pracownicy, dla których jest to dodatkowym obowiązkiem, niekoniecznie wynikającym z zakresu obowiązków. Zobowiązanie prowadzenia lekcji muzealnych biorą na siebie pracownicy, którzy cenią sobie taką formę pracy.
- W niektórych muzeach (Muzeum Okręgowe w Lesznie, Muzeum Miasta Ostrowa Wielkopolskiego, Muzeum Regionalne w Krotoszynie, Narodowe Muzeum Rolnictwa w Szreniawie i jego oddział w Swarzędzu) przy tematach proponowanych lekcji muzealnych zamieszczają adnotację dotyczącą tego, kto jest adresatem danych działań edukacyjnych (z określeniem wieku). Pozwala to osobom zainteresowanym na zapisanie się na odpowiednią lekcję.

- Interaktywną formę warsztatów przybierają w większości zajęcia z zakresu obrzędowości wielkanocnej i bożonarodzeniowej, podczas których uczestnicy samodzielnie wytwarzają m. in. ozdoby choinkowe kartki, pieką pierniki lub przygotowują inscenizacje. Tematy te cieszą się jednocześnie największym zainteresowaniem zwiedzających
- W ofercie wszystkich muzeów znajdują się zajęcia związane z historią i dziejami miasta i / lub regionu. Lekcje miejskie są niekiedy uzupełniane wspólną wycieczką wraz z oprowadzaniem po najciekawszych / najważniejszych miejscach m. in. w Lesznie, Wrześni, Ostrowie Wielkopolskim.
- Tematy związane z tradycjami regionu oraz etnografią dotyczą przede wszystkim zagadnień z zakresu kultury materialnej rzemiosł. Mało jest zajęć z zakresu tradycyjnej kultury społecznej i duchowej.
- Dużym zainteresowaniem cieszą się lekcje związane z wielokulturowością oraz historią diaspory żydowskiej realizowane przez muzea m.in. w Ostrowie Wielkopolskim i Lesznie.
- Uczestnictwo w lekcjach muzealnych jest dodatkowo płatne, zwłaszcza jeśli lekcja ma charakter warsztatowy i jest związana z koniecznością przygotowania materiałów plastycznych (lub innych).
- Podczas rozmów pracownicy muzeów skarżyli się często na słaby kontakt z nauczycielami podczas prowadzenia zajęć muzealnych. Nauczyciele często nie uczestniczą aktywnie w zajęciach, z czym wiąże się brak nadzoru i właściwej opieki nad uczniami.
- Brak w muzeach osobnej sali / wydzielonego miejsca, w którym można by prowadzić edukację muzealną. Taką przestrzenią dysponują muzea typu skansenowskiego, które w okresie letnim prowadzą działania na zewnątrz. Narodowe Muzeum Rolnictwa w Szreniawie dysponuje specjalną zagrodą muzealną, gdzie znajdują się kopie urządzeń wiejskich, którymi dzieci mogą się bawić.
- **Nie ma tematów z zakresu etnografii odnoszących się do czasów współczesnych (np. współczesny ruch regionalny) oraz poruszających**

**zagadnienia etnicznego, religijnego i językowego zróżnicowania regionu (z wyłączeniem zagadnień związanych z kulturą żydowską).**

### **Rekomendacje dla muzeów**

- Aktualizowanie oferty edukacyjnej oraz prezentowanie tych, które faktycznie się odbywają.
- Uzupelnienie opisów lekcji muzealnych z zaznaczeniem do jakiej grupy odbiorców lekcje / warsztaty / pokazy są adresowane.
- Rozszerzenie oferty z zakresy historii regionu i etnografii o zjawiska z kultury współczesnej.
- Większe angażowanie nauczycieli podczas prowadzonych lekcji, wtedy nauczyciel będzie się czuł bardziej odpowiedzialny za grupę, którą przyprowadził.
- Wyraźne zaznaczenie w ofercie muzealnej, czy jest konieczna (bądź nie) obecność nauczyciela / opiekuna grupy (wzorem Muzeum Okręgowego w Lesznie).
- Z punktu widzenia organizacji muzealnej wpisanie w zakres obowiązków poszczególnym pracownikom obowiązku prowadzenia lekcji muzealnych co powinno mieć przełożenie na otrzymywane wynagrodzenie (np. procent od przeprowadzonych lekcji).

## 08. Najmłodszy odbiorcy a oferta muzealna

### Wprowadzenie:

Oferta edukacyjna oferowana przez placówki muzealne kierowana jest do dzieci i młodzieży, mając na uwadze zróżnicowanie wiekowe odbiorcy. Działalność edukacyjna skierowana jest istotnym elementem działalności współczesnych instytucji upowszechniania kultury, jakimi są muzea na różnym poziomie organizacji.

Umożliwianie kontaktu z kulturą poprzez uczestnictwo w wydarzeniach muzealnych od najmłodszych lat realizuje ideę propagowania i promowania uczestnictwa w kulturze na różnych jej szczeblach. Muzeum, jako instytucji gromadząca dobra kultury przypisana jest rola szczególna, kształtowanie postawy szacunku wobec przeszłości i wzbudzanie refleksji nad codziennością. Powodzenie przedsięwzięć muzealnych w dużym stopniu zależy od wizerunku samej instytucji, a także stopnia stereotypizacji wyobrażeń na temat roli instytucji w życiu codziennym każdego z obywateli. Dużą rolę odgrywa przygotowanie dzieci i młodzieży do wizyty w muzeum, które leży po stronie nauczyciela / szkoły, które są najczęstszymi odbiorcami oferty edukacyjnej. Powinno także ono także przynależać do obowiązku wychowawczego rodziców.

Podstawą do sporządzenia raportu jest materiał uzyskany za pomocą ankiety skierowanej do uczniów szkół podstawowych i gimnazjów z terenu Wielkopolski. Do szczegółowej analizy wybrane zostały odpowiedzi uczniów klas III gimnazjum, jako mających potencjalnie największe doświadczenie / najdłuższy staż szkolny i w konsekwencji największą liczbę możliwości skorzystania z różnorodnej oferty muzealnej skierowanej do dzieci jak i młodzieży. Celem przeprowadzenia ankiety *Muzea w Wielkopolsce* było określenie stopnia wiedzy uczniów na temat muzeum jako instytucji kultury, a także stopnia znajomości funkcjonowania placówek muzealnych z regionu (Wielkopolski) oraz z kraju i Europy.

Ankieta była anonimowa, a jej przeprowadzenie wśród uczniów wybranych wielkopolskich gimnazjów poprzedziło skierowanie odpowiedniego pisma do dyrektorów szkół z prośbą o przeprowadzenie badań. Ankieta składała się z 9

pytań otwartych, a także z metryczki (określającej rok urodzenia, miejsce zamieszkania oraz płeć). Pierwsze pytanie dotyczyło skojarzeń ze słowem „muzeum”, następne dotyczyły odczuć związanych z wizytą w placówce muzealnej, korzystania z oferty edukacji muzealnej (z uwzględnieniem zorganizowanego charakteru czy indywidualnej wizyty), a także znajomości muzeów w regionie oraz innych placówek muzealnych w kraju.

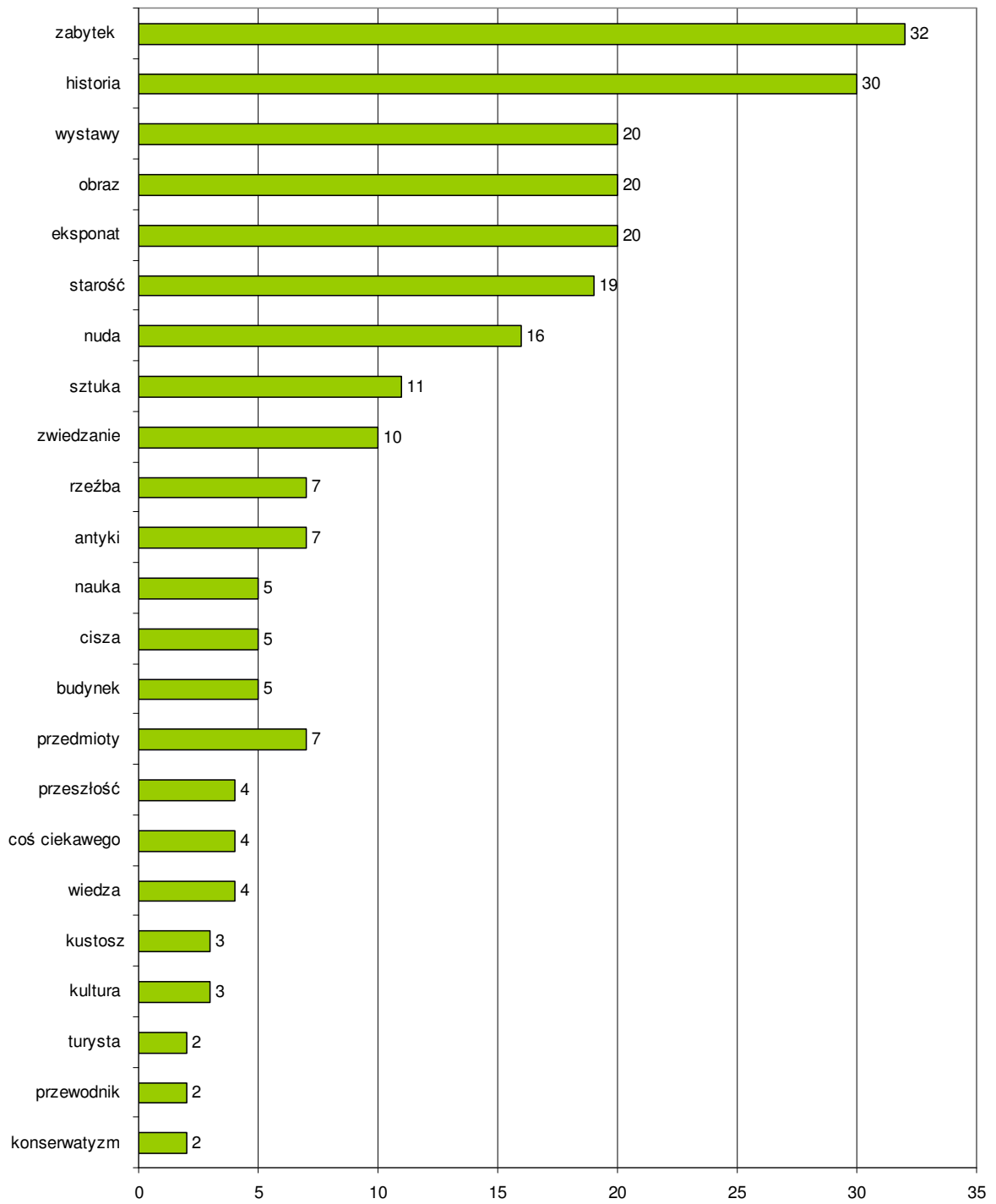
### **Analiza materiału:**

Sześć najczęściej wymienianych skojarzeń ze słowem „muzeum” to: *zabytek, historia, wystawy, obraz, eksponat, starość*. Mają najwięcej wskazań i świadczą o pojmowaniu placówki muzealnej jako „strażnika przeszłości”, a jedyną jej działalnością są wystawy, na których prezentuje się zgromadzone dobra. Wynika to z podstawowej, statutowej działalności muzeum, dla ucznia jednak nie jest to atrakcyjna oferta.

Dalsze wskazania pokazują, że dla nastoletnich odbiorców wizyta w muzeum / muzeum samo w sobie to *nuda*. Kolejne wskazania utożsamiają muzeum z *budynkiem* oraz ze *zwiedzaniem*. Pojawiają się także wskazania odnoszące się do profilu wystaw określane ogólnym stwierdzeniem *sztuka*, utożsamiana z *obrazami* i *rzeźbą*. Po kilka wskazań mają także określenia: *wiedza, kultura, przeszłość, konserwatyzm, przewodnik, turysta*. Pełną gamę różnorodności skojarzeń oraz ich popularność wśród uczniów pokazuje schemat nr 1.

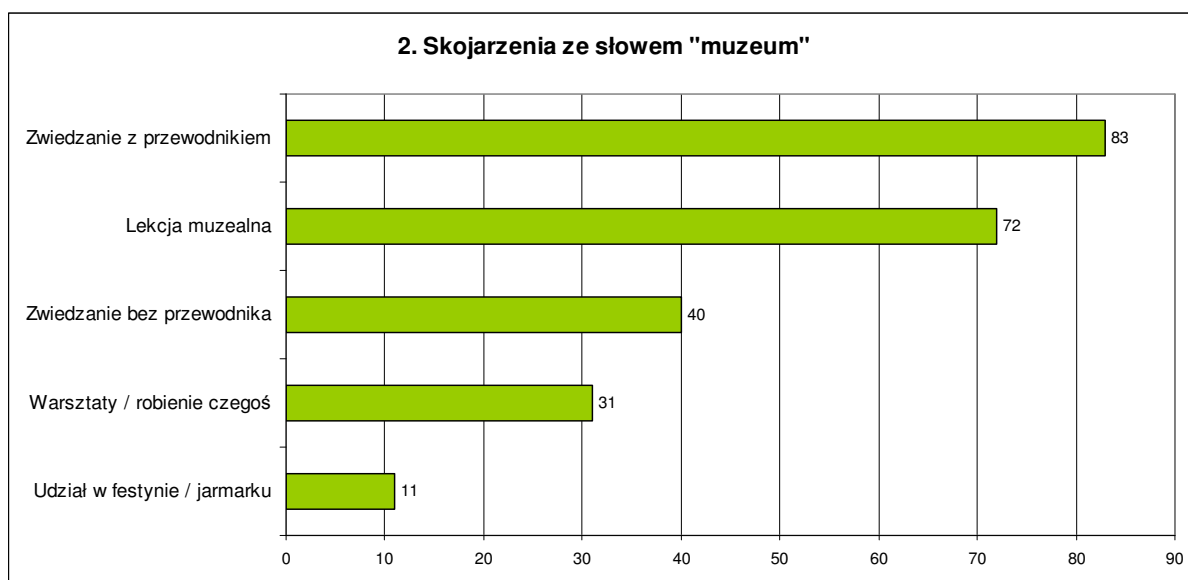
Pojedynczymi stwierdzeniami były skojarzenia powstałe w wyniku obejrzenia konkretnej wystawy, gdyż wskazywane były konkretne eksponaty: *broń, garnki, kroniki, makiety dawnych grodów*. Dla kilku ankietowanych muzeum to także kontakt z czymś ciekawym i wzbudzającym ich zainteresowanie, co zostało określone jako: *źródło wielu ciekawostek, doświadczenie, coraz więcej innowacji*, a także stwierdzenie, że muzeum to *dobry pożeracz czasu*.

### 1. Skojarzenia ze słowem "muzeum"



Odnośnie korzystania z edukacyjnej oferty muzealnej, odpowiedzi uczniów w tej kwestii pozwoliło uzyskać zadanie półotwartego pytania: „Co robiliście w muzeum?”. Wśród opcji do wyboru młodzi respondenci mieli następujące kategorie (możliwość wyboru kilku opcji oraz dopisania czegoś do nich / uszczegółowienia odpowiedzi): lekcja muzealna, warsztaty / robienie czegoś, zwiedzanie z przewodnikiem, zwiedzanie bez przewodnika, udział w festynie / jarmarku oraz inne – jakie?

Analiza odpowiedzi uzyskanych tą drogą (por. schemat nr 2) pokazała, iż najczęstszą formą kontaktu uczniów z muzeum jest zwiedzanie go z przewodnikiem, prawie równie popularny jest doświadczenie udziału w lekcji muzealnej. Ta druga opcja jest ponad dwukrotnie częściej wskazana niż udział w warsztatach, chociaż odpowiedzi jakościowe pokazują, iż tę formę kontaktu wielu uczniów by preferowało. Zdecydowanie najrzadszą formą kontaktu z muzeum okazał się udział w jarmarkach / festynach. Tego typu oferta jest najbardziej charakterystyczna dla muzeów na wolnym powietrzu, których w wielkopolskim nie ma zbyt wielu, natomiast dla wielu rodziców uczniów z małych miejscowości każda, nawet kilkunastokilometrowa podróż, bywa sporym wydatkiem.



Wśród odpowiedzi na pytanie o inną formę kontaktu z muzeum / uczestnictwa w jego ofercie, przewijały się także wypowiedzi żartobliwe, choć pokazujące pewne wyobrażenie o placówce muzealnej i jakości / stopniu zaciekawienia (jego braku) jej ofertą muzealną, na przykład *ślizganie się po podłodze*. Wskazania poważniej sformułowane dotyczyły innych form przekazu

treści edukacyjnych, między innymi *wykłady, pokazy multimedialne*, jak również wspomnianej już wcześniej uczestnictwa w bardziej aktywizujących formach przekazu i nauki, na przykład *wykonywanie doświadczeń*, czy też pojawiały się wskazania na doświadczenie kontaktu bezpośredniego z obiektem muzealnym (i / lub jego stworzona w tym celu repliką): *w Szwecji w muzeum są wystawiane różne przedmioty które można używać*. Co warto zaznaczyć, taką możliwość oferują niektóre spośród wielkopolskich muzeów o analizowanym profilu, przykładowo – Muzeum Narodowe Rolnictwa w Szreniawie, jednakże, jak widać, nie zawsze ta oferta dociera do młodego wielkopolskiego odbiorcy, zgodnie ze starym powiedzeniem „najciemniej pod latarnią”.

Ciekawą odpowiedzią jednego z uczniów na pytanie o inną formę kontaktu z muzeum było napisani: *bez szkoły, z rodziną 😊*. Szczególnie zaznaczony na jej końcu uśmiezek pokazuje, iż tkwi tutaj (odnośnie oferty dla odbiorców indywidualnych z rodzinami) duży potencjał dla muzeów jako miejsca miło wspomnianego, niekoniecznie jeszcze skutecznie wykorzystany.

W kwestii znajomości muzeów, zarówno tych w najbliższej okolicy, jak i w regionie, w Polsce oraz poza jej granicami, istotny okazał się brak znajomości tematyki / specyfiki poszczególnych muzeów. Bardzo często w odpowiedziach młodych respondentów na pytanie o znane mu muzea pojawiały się nazwy według schematu: „muzeum w + nazwa miejscowości”. Dotyczy to zarówno odpowiedzi na pytanie o znane muzea w najbliższej okolicy, na przykład *muzeum w Śremie*, jak i o te w Wielkopolsce, na przykład *muzeum w Poznaniu* – lub nawet podawana była sama tylko nazwa miejscowości, na przykład *w Gnieźnie, Kórnik, Uzarzewo*. Podobnie rzecz się ma w przypadku muzeów z dalszej części Polski oraz z zagranicy: *Muzeum w Warszawie, Muzeum w Berlinie, Muzeum w Londynie, muzeum w Kairze*. Charakterystyczna jest tutaj pisownia obu członów z dużej litery, tak, jakby cytowane określenia stanowiły rzeczywistą nazwę własną i jakby w tych wielomilionowych miastach było tylko jedno muzeum – to, które młody odbiorca ma na myśli.

Odnosnie muzeum, do którego młody odbiorca chciałby pojechać, muzea z najczęstszą odpowiedzią był *Luwr* (taka pisownia była najpopularniejsza), co również wskazuje na dość pobieżną znajomość muzeów i kierowanie się w tym przypadku stereotypem. O takim podejściu świadczyć mogą także wypowiedzi

takie, jak na przykład ta: *muzeum historii naturalnej w Londynie (ponieważ chciałabym zobaczyć szkielety dinozaurów obrazy szkielety i wszystko co tam jest! spodobał mi się film noc w muzeum*. Pokazuje to również, w jaki sposób młodzi odbiorcy uzyskują podstawową wiedzę na temat tego, czym jest i jak funkcjonuje muzeum.

W ankietach uczniów pojawiały się także liczne odpowiedzi innego rodzaju, wskazujące na brak zainteresowania taką formą spędzania czasu: *żadne nie lubię chodzić do muzeum; żadne ponieważ muzeum jest nieciekawe, idealizują czasy przeszłe; nie chciałabym ponieważ zwiedzanie jest nudne*, czy też najbardziej wymowna odpowiedź, jaką było pozostawienie pustego miejsca przez ponad 40% młodych respondentów.

W odpowiedzi na pytanie o muzeum, które chciałoby się zwiedzić, nie pojawiły się żadne małe, lokalne muzea, wskazywano natomiast kilkunastokrotnie na *muzeum w Poznaniu* oraz różne muzea w Warszawie (Centrum Kopernik, Muzeum Powstania Warszawskiego, Muzeum Fryderyka Chopina).

### **Podsumowanie / wnioski:**

- Skojarzenia ze słowem „muzeum” są nacechowane negatywnie. Związane jest to z nikłym przygotowaniem uczniów do wyjazdu / zwiedzania. Muzeum traktowane jest jako świątynia ciszy, zbiór przedmiotów. Kojarzy się także z historią i nudą.
- Za najbardziej atrakcyjne i przyciągające uwagę uczniów zostały uznane wszelkie działania aktywizujące: możliwość dotykania eksponatów, samodzielnego spróbowania czy wykonania.
- Szkoła organizuje wyjazdy do muzeów położonych głównie w najbliższej okolicy (muzea regionalne) lub do stolicy regionu – Poznania. Wyjazdy są dla uczniów obowiązkowe i stanowią dodatkową atrakcję, nie są traktowane jednak jako element uzupełniający konkretną wiedzę z danego przedmiotu. Uczniowie podkreślają aspekt rozrywkowy i towarzyski wyjazdów.
- Jako najatrakcyjniejsze placówki muzealne wymieniane są te, które uczniowie zwiedzali samodzielnie, najczęściej podczas wakacji. Jest to wtedy traktowane

jako dobrowolne zwiedzanie (a nie przymus szkolny), można na to przeznaczyć więcej czasu i zwiedzać w skupieniu.

### **Rekomendacje dla muzeów**

- Wzmocnienie oferty indywidualnej, skierowanej do rodziców i dzieci lub do małych grup zorganizowanych.
- Przygotowanie nauczycieli do tego, czym jest muzeum oraz jakie są możliwości we współczesnej edukacji muzealnej, przykład: szkolenie dla nauczycieli zorganizowane przez Muzeum Historii Przemysłu w Opatówku. Dzięki uzyskaniu rzetelnej wiedzy oraz ocieplenia wizerunku muzeów u nauczycieli, stosunek ten przeniesiony zostanie na uczniów którzy chętniej będą brali udział w wydarzeniach z zakresu oferty edukacyjno-wystawienniczo-eventowej muzeów.

### **Rekomendacje dla szkół**

- Zwrócenie szczególnej uwagi na ofertę muzeów położonych w regionie – niekoniecznie tylko tego położonego najbliżej lub uznanego za sztandarowe / które koniecznie trzeba zwiedzić, jak np., Muzeum Powstania Warszawskiego.
- Wybór takiej formy spośród oferowanej przez muzeum, która najbardziej spodoba się uczniom, zagwarantuje nie tylko pasywny, ale i aktywizujący charakter udziału, tak lubiany i doceniany przez młodych ludzi
- Włączenie uczniów w proces decyzyjny odnośnie wyboru formy uczestnictwa w ofercie muzealnej – powinno to wówczas zostać potraktowane jako czynność nie narzucona i nie nastawiać od samego początku negatywnie do wizyty w muzeum
- Włączenie nauczycieli w proces kształtowania oferty muzealnej w muzeach lokalnych – rozmowy w pracownikami muzealnymi pokazują, iż w większości są oni otwarci na propozycje nauczycieli, w tym nie tylko na sugerowanie propozycji tematów zajęć, ale i na ich formę oraz możliwość poprowadzenia iż bądź współpoprowadzenia we współpracy edukator muzealny – nauczyciel.

## **09. Prezentacja wybranych działań muzeów skierowanych do odbiorców najmłodszych**



### **MUZEUM ŚREMSKIE W ŚREMIE**

Na dziedzińcu Muzeum Śremskiego w Śremie rośnie wielkie drzewo. Wokół niego często gromadzą się dzieci i młodzież, by posłuchać bajek i opowieści, które przygotowuje dla nich zespół pracowników muzeum. A niedługo w muzeum zacznie działać retro salon fotograficzny, gdzie będzie można się przebrać w stroje z epoki.

### **WIELKOPOLSKI PARK ETNOGRAFICZNY W DZIEKANOWICACH**

Muzeum na wolnym powietrzu stanowi przestrzeń mającą przenieść zwiedzających do XIX wsi. Atrakcją, ulubioną nie tylko przez widzów najmłodszych, są biegające wszędzie i przyjazne nastawione kozy. W tej klimatycznej przestrzeni organizowane są m. in. zajęcia mające na celu przypomnienie dawnych, wiejskich zabaw i gier. Jedną z większych atrakcji jest też nauka chodzenia na szczydłach.



## **MUZEUM NARODOWE ROLNICTWA I PRZEMYSŁU ROLNO-SPOŻYWCZEGO W SZRENIAWIE**

Muzeum w Szreniawie rokrocznie organizuje liczne warsztaty związane z obrzędowością doroczną, między innymi wielkanocną, kiedy to najmłodszy odbiorcy mogą nauczyć się między innymi malowania pisanek i wykonywania kwiatnych bukietów z bibuły i krepki. Młodym odkrywcom dawnych tradycji pomagają pracownicy muzeum oraz wolontariusze z Instytutu Etnologii i Antropologii Kulturowej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

Muzeum stanowi prawdziwy raj dla tych, którzy chcą się dowiedzieć jak kiedyś mieszkało się i pracowało na wsi. Można nauczyć się dojenia (na specjalnej krowie-fantomie) oraz własnoręcznie zrobić masło w specjalnie przygotowanych masielnicach.



lakowania ważnej korespondencji.

## SKANSEN I MUZEUM PSZCZELARSTWA IM. PROF. RYSZARDA KOSTECKIEGO W SWARZĘDZU

Atrakcją organizowanego już po raz drugi festynu na zakończenie lata o nazwie Miodowe Lato w Skansenie był między innymi wybór królowej pszczół oraz występ lokalnego zespołu taneczno – wokalnego Romów. Muzeum organizuje również bardzo ciekawe lekcje muzealne bazujące na metodzie warsztatowej, jak np., nauka samodzielnego wykonania świeczki z wosku oraz pieczęci używanej niegdyś do

## MUZEUM REGIONALNE IM. DZIECI WRZESIŃSKICH

W jednej z sal wystawowych jest zaaranżowana stara klasa szkolna – niewygodne i twarde ławki, tabliczki z rysikami, groźnie wyglądające biurko nauczyciela. Najmłodszy zwiedzający mogą zasiąść w tych starych ławkach – szybko dochodzą do wniosku, że współczesna szkoła nie jest taka zła.





## **MUZEUM HISTORII PRZEMYSŁU W OPATÓWKU**

Za sprawą magicznych maszyn o bardzo skomplikowanych nazwach, każdy zwiedzający może przekonać się, jak to onegdaj pracowali drukarze.

Kompletnie wyposażony warsztat drukarski robi wrażenie nie tylko na najmłodszych zwiedzających.

## **MUZEUM REGIONALNE IM. HIERONIMA ŁAWNICZAKA W KROTOSZYNIE**

Wielkopolska to region bardzo duży i zróżnicowany pod względem kulturowym. W krotoszyńskim muzeum można wziąć udział w lekcji muzealnej i dowiedzieć się, w co kiedyś ubierali się mieszkańcy miasteczka i okolic.





### **MUZEUM REGIONALNE ZIEMI SULMIERZYCKIEJ**

Usytuowane jest ono w małym, zabytkowym ratuszu. Wewnątrz mieści się wszystko to, co dla mieszkańców było ważne – stary zegar z wieży kościelnej, dokumenty, fotografie rodzinne, lampy naftowe... Uczniowie miejscowego gimnazjum często odbywają wolontariat w muzeum – opisują eksponaty, organizują imprezy dla mieszkańców, produkują bilety.



### **MUZEUM OKRĘGOWE W KONINIE**

Na terenie znajduje się skansen, a w jednej z chałup pomieszkuje garncarz, który uczy lepić garnki z gliny na prawdziwym kole garncarskim. Z tych wyrobów powstała już spora kolekcja. Natomiast o tym, jak zbierać, by stać się kolekcjonerem z prawdziwego zdarzenia, uczą pracownicy muzeum na jednej z wielu proponowanych lekcji muzealnych.



### **MUZEUM MŁYNARSTWA I WODNYCH URZĄDZEŃ PRZEMYSŁU WIEJSKIEGO W JARACZU**

Wpisując się w kalendarz tradycyjnych obchodów świąt z zakresu obrzędowości dorocznej, każdej wiosny muzeum w Jaraczu zaprasza dzieci m.in. do wspólnego wykonania i topienia marzanny



### **MUZEUM MIASTA OSTROWA WIELKOPOLSKIEGO**

Największym zainteresowaniem, także wśród najmłodszych zwiedzających, cieszy się wystawa stała „W kuchni Babuni”, dzięki której dzieci odbywają podróż w czasie. Można także dowiedzieć się, gdzie u babuni stały *pyry w tytce*...

## **10. Wnioski i rekomendacje końcowe oraz wybrana literatura**

**Rekomendacje i wnioski podsumowujące projekt w zakresie określenia oraz możliwości wykorzystania przez muzea potencjału kulturowego dla potrzeb edukacyjnych:**

- Zebrany podczas badań terenowych materiał pozwolił na określenie stanu edukacji muzealnej w zakresie wiedzy o regionie / edukacji regionalnej realizowanego na terenie województwa wielkopolskiego przez muzea.
- Zainteresowaniem cieszą się formy zajęć edukacyjnych uwzględniające aktywizację uczestników w tym: warsztaty i pokazy, tematycznie nawiązujące do dawnego życia wiejskiego, rzemiosł ludowych oraz obrzędowości dorocznej.
- Kształtowany wizerunek muzeów regionalnych oscyluje wobec „skarbnicy historii”, z czym zdecydowanie trudniej trafić do młodego odbiorcy. Trudniej w muzeach regionalnych przygotować zróżnicowaną ofertę edukacyjną ze względu na zbyt małą liczbę pracowników (którzy mogliby zajmować się tylko i wyłącznie działalnością edukacyjną) oraz na braki w zapleczu technicznym.
- Dużym zainteresowaniem cieszy się oferta muzeów okręgowych, etnograficznych i skansenów, które oferują zajęcia interaktywne, dysponują także odpowiednim zapleczem technicznym.
- Zakres proponowanych zajęć edukacyjnych w badanych muzeach obejmuje przede wszystkim historię lokalną (od czasów prehistorycznych), w mniejszym natomiast stopniu skupia się na historii współczesnej oraz ruchach regionotwórczych. Wzmocnienia wymaga obszar poruszający zagadnienia dotyczący regionalnego zróżnicowania w zakresie językowym, religijnym i narodowościowym (mniejszości etniczne i religijne w regionie).

**Rekomendacje:**

**Dla samorządów:**

- Uruchomienie możliwości odbycia stażu absolwentom kierunków pedagogicznych i artystycznych w muzeach regionalnych.

- Uruchomienie programów na zadania celowe związane z propagowaniem wiedzy o regionie, którego autorami i wykonawcami byłiby pracownicy lokalnych muzeów

#### **Dla muzeów:**

- Opracowanie tematów z zakresu kulturowego zróżnicowania Wielkopolski (od czasów dawnych po czasy współczesne) z uwzględnieniem zróżnicowania etnicznego, religijnego i językowego.
- Opracowanie programów edukacyjnych (jednorazowych i cyklicznych) skierowanych do odbiorców niezorganizowanych (rodziny z dziećmi)
- Opracowanie programów przygotowujących nauczycieli do korzystania z zasobów muzeum
- Współpraca ze szkołami w zakresie zorganizowania wolontariatu muzealnego dla uczniów starszych klas gimnazjum i szkół ponadgimnazjalnych
- Umożliwienie nauczycielom odbywania w muzeach lekcji wg. proponowanego przez nauczyciela schematu

#### **Dla szkół:**

- Stała współpraca z muzeami regionalnymi, proponowanie tematów lekcyjnych i przeprowadzanie ich w muzeach
- Propagowanie wśród uczniów wolontariatu muzealnego

#### **Dla rodziców:**

- Uczestnictwo w imprezach plenerowych i spotkaniach muzealnych, by wykształcić w dzieciach potrzebę korzystania z oferty przygotowywanej przez instytucje kultury

## Wybrana literatura:

- Barańska, K. (2004). *Muzeum etnograficzne. Misje, struktury, strategie*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Błaszak, M., Przybylski, Ł. (2010). *Rzeczy są dla ludzi. Niepełnosprawność i idea uniwersalnego projektowania*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Goban-Klas T. (1999). *Media i komunikowanie masowe. Teorie prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Laskowska, J. (1996). Nowe tendencje w muzealnictwie. W: *Polska Sztuka Ludowa. Konteksty*. ( 1-2, s. 66 –75). Warszawa: Instytut Sztuki PAN.
- Machera, W. (1993), Tajemnica butów czyli pochwała muzeum, W: *Polska Sztuka Ludowa. Konteksty*. ( 1, s. 22-45). Warszawa: Instytut Sztuki PAN.
- Pokrzywnicka, M. (2007). Polubić muzeum. Na dobry początek – zajęcia edukacyjne. *Rocznik Muzeum Etnograficznego w Toruniu*, t. III, s. 183-194.
- Przewoźny, W. (2006). Edukacyjna rola muzeów. W: A. W. Brzezińska, A. Hulewska, J. Słomska (red.), *Edukacja regionalna* (s. 131-158). Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN.
- Sołtysiak M., Wierzbicka K. (1997). *Muzea w Polsce. Informator*. Warszawa: Wydawnictwo DIG, Ministerstwo Kultury i Sztuki Ośrodek Dokumentacji Zabytków.
- Świąch, J. (2009). Muzea na wolnym powietrzu. W: A. W. Brzezińska, A. Hulewska, J. Słomska-Nowak (red.), *Edukacja kulturowa. Przestrzeń – kultura – przekaz* (s. 105-114). Wrocław: Wyższa Szkoła Zarządzania „Edukacja”.
- Szeląg M. (2009). *Raport o stanie edukacji muzealnej w Polsce. Podsumowanie I etapu badań*. Poznań, <http://www.edukacjamuzealna.pl/RaportOStanieEdukacji.aspx>.
- Turos, L. (1999). *Muzeum – swoista instytucja edukacyjna*. Warszawa: Ypsilon.
- Turska-Skowronek, K. (2007). Metoda projektu w działalności muzealnej na przykładzie „Sztuka koronki. Strój i wnętrze”. *Rocznik Muzeum Etnograficznego w Toruniu*, t. III, s. 195-210.
- Żygulski, J. (1982). *Muzea na świecie. Wstęp do muzealnictwa*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.